

独立行政法人中小企業基盤整備機構

令和4年度 産業競争力強化法にもとづく
創業支援等に係る効果等調査
報告書

2022年8月

株式会社 東京商工リサーチ

目次

1. 業務実施概要	3
1.1 目的	3
1.2 業務概要	3
1.3 報告書を読むに当たっての注意点	3
2. 調査実施概要、結果	4
2.1 調査の概要	4
(1) アンケート調査の概要	4
(2) ヒアリング調査の概要	4
2.2 回答者属性	5
2.3 調査結果の要旨	6
3. 調査結果	10
3.1 創業支援事業に関する取組の現状、課題	10
(1) 創業支援事業の実施状況	10
(2) 創業支援事業の効果	18
(3) 創業支援事業に取組に当たっての課題	25
(4) 創業支援事業の実施に当たって活用している国・都道府県の補助金・助成金およびその他支援制度	32
3.2 創業機運醸成事業に関する取組の現状、課題、支援	33
(1) 創業機運醸成事業に対する認識	33
(2) 創業機運醸成事業の実施状況	34
(3) 創業機運醸成事業の効果	40
(4) 創業機運醸成事業の取組の課題	45
3.3 創業支援等事業計画の認定・実施による効果、課題、支援ニーズ	46
(1) 実施の効果	46
(2) 特に効果が現れている属性	53
(3) 課題	54
(4) 今後利用を検討したいメニュー	61
(5) 自由記述（創業を活性化させていくために必要なこと、ご意見、課題等）	63
(6) ヒアリング調査結果（創業支援等事業計画の認定・実施による効果、課題）	66
3.4 創業支援等事業における周知・情報発信	68
(1) 情報発信にかけている時間	68
(2) 情報発信の取組状況と効果	69
(3) 情報発信に専従している職員	74
(4) 情報発信に係る基準・マニュアル等の整備状況	75
(5) 情報発信の課題	76
(6) 自由記述（情報発信で工夫していること等）	77
(7) ヒアリング調査結果（情報発信の成功事例・失敗事例、課題等）	79

3.5 地域のニーズ把握	80
(1) 利用の多い支援の内容	80
(2) ニーズ把握のための取組	81
(3) ニーズ把握の状況	82
(4) ニーズにあわせた創業支援策の見直し	82
(5) 自由記述（ニーズを把握するために工夫・実施していること）	83
(6) 自由記述（ニーズ把握における課題）	85
(7) ヒアリング調査結果（ニーズ把握についての取組や課題等）	87
3.6 創業希望者への対応	88
(1) 利用の多い創業支援の取組	88
(2) 創業希望者の状況や課題のヒアリング状況	89
(3) 支援メニューの提案状況	90
(4) 創業支援パッケージの有無	91
(5) 自由記述（創業支援希望者への対応において工夫・実施していること）	92
(6) 自由記述（創業支援希望者への対応における課題）	94
(7) ヒアリング調査結果（創業支援希望者への柔軟な対応・課題）	97
4. 提言	98
(1) 創業支援事業および創業機運醸成事業の実施状況・課題および支援ニーズについて	98
(2) 分析を踏まえた示唆	98
(3) 有識者からの提言	104
5. 調査票	112

1. 業務実施概要

1.1 目的

独立行政法人中小企業基盤整備機構（以下、「中小機構」という。）では、平成 30 年 7 月に創業・ベンチャー支援部を設置し、創業・ベンチャー支援事業に取り組んでおり、令和 4 年度より創業支援等事業計画機能強化事業を実施している。

本業務は、創業支援等事業計画認定市町村および創業支援等事業者（以下、「認定市町村等」という。）における域内の創業支援事業および創業機運醸成事業の実施状況、認定市町村等が事業実施に当たって抱える課題、支援ニーズ等についての調査を行い、事業の効率的・効果的な進め方の検討のための基礎資料とすることを目的とする。

1.2 業務概要

（１）アンケート調査

認定市町村等における創業支援事業および創業機運醸成事業の実施状況、事業実施に当たっての課題および支援ニーズ等に関するアンケート調査の実施

（２）ヒアリング調査

創業支援事業および創業機運醸成事業の実施状況、事業実施に当たっての課題および支援ニーズ等に関するヒアリング調査の実施

（３）調査結果の分析・報告および提言

（１）に掲げるアンケート調査、（２）に掲げるヒアリング調査結果の分析・報告、提言

1.3 報告書を読むに当たっての注意点

- 報告書本文中の比率は全て百分率（％）で表し、小数点第 2 位以下を四捨五入している。そのため単一回答であっても構成比の合計が 100％にならない場合がある。
- 複数回答の設問は、回答が 2 つ以上あり得るため、構成比の合計が 100％を上回る場合がある。
- 回答数が 10 件未満の属性については基本的にコメントの対象外としている。
- 「その他」「特になし」については基本的にコメントの対象外としている。
- 設問の選択肢に括弧書きがある場合、括弧書きの内容を割愛している場合がある。

2. 調査実施概要、結果

2.1 調査の概要

(1) アンケート調査の概要

調査概要は下記のとおり。なお、調査においては事前調査依頼文書や督促はがきを発送し、回収率の向上に努めた。

調査期間：令和4年5月20日～6月30日

調査対象数：認定市町村 1,456 件

回答数（回収率）：865 件（59.4%）

回答方法：紙面または WEB 回答システム

督促方法：督促はがき

調査内容：下記参照

<主な調査内容>

- 創業支援事業・創業機運醸成事業・創業支援等事業計画に関する取組、課題、支援ニーズ等
- 創業支援等事業における周知・情報発信の状況
- 創業支援におけるニーズ把握
- 創業希望者への対応状況

(2) ヒアリング調査の概要

調査数：10 認定市町村等

調査対象：アンケートに回答いただいた認定市町村等のうち、下記①または②に該当したもの

- ① 創業支援事業、創業機運醸成事業について特徴的な取組を行っている
- ② アンケートにおいて、取り組んでいる創業支援事業にて4つ以上「ある程度の効果が見られるが、課題あり」と回答

調査期間：7月上旬～8月上旬

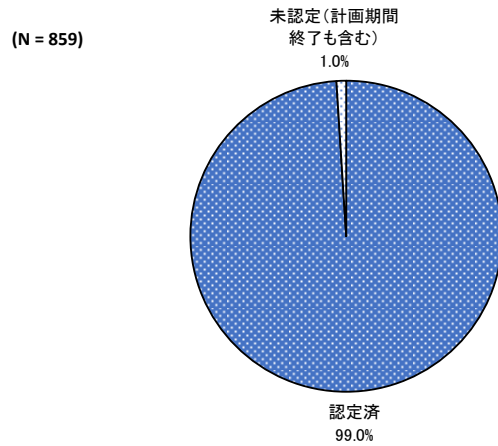
調査方法：オンライン会議

<主なヒアリング項目>

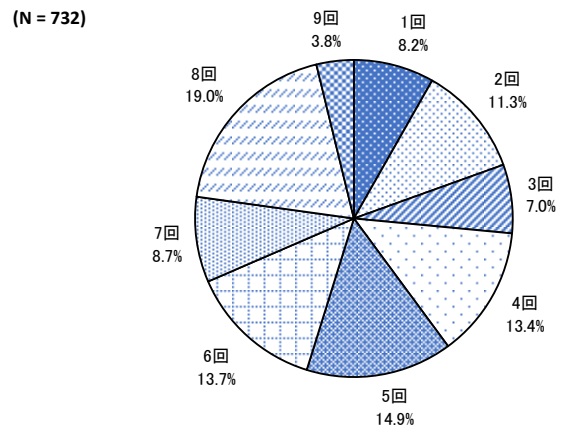
- 創業支援醸成事業においてみられる具体的な効果や課題、支援ニーズ
- 地域特性や創業者ニーズの特性に対する認識
- 地域の傾向を把握するために取り組んでいること
- 創業相談者に対する柔軟な対応や困っていることを解決するために工夫している事柄
- 創業支援に関して、周知・情報発信の成功事例・失敗事例

2.2 回答者属性

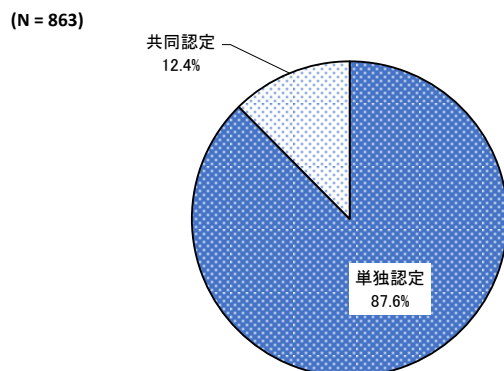
① 認定状況



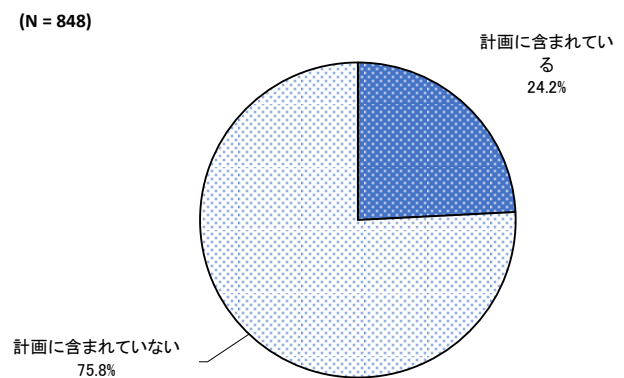
② 認定回



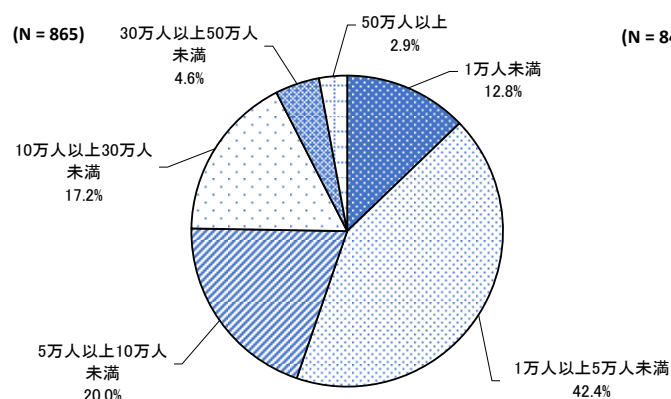
③ 単独/他市町村との共同認定



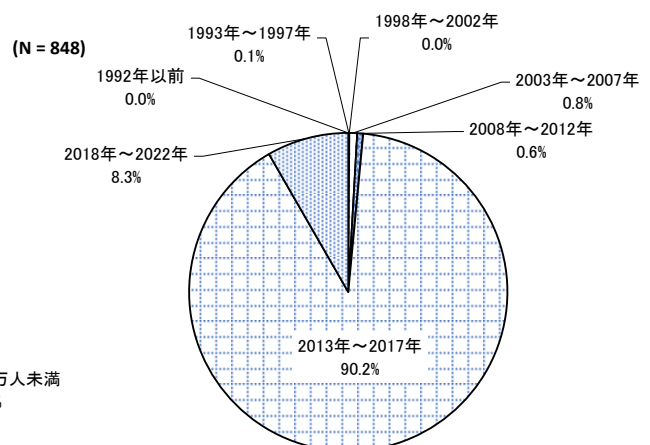
④ 創業支援機運醸成事業の実施



⑤ 人口規模



⑥ 創業支援開始時期



2.3 調査結果の要旨

◆創業支援事業に関する取組の現状、効果、課題について

・取組の現状

創業支援事業の実施状況は＜相談窓口＞は99.1%とほぼ全ての認定市町村等で実施されていた。続いて「創業塾/創業セミナー/創業スクール（特定創業支援事業）」が87.1%、「情報発信」が69.7%と続いた。その他、5割以上が＜実施している＞と回答した取組は「補助金・助成金」66.2%、「融資・保証」55.9%であった。一方で、＜未実施（今後取組予定なし）＞は「アクセラレーションプログラム」が86.7%で最も高く、続いて「オンラインプラットフォーム（オンラインサロン）」が86.1%、「クラウドファンディング活用支援」が82.3%で続き、メニューによっては＜未実施（今後取組予定なし）＞もみられた。

・取組の効果

創業支援事業による取組の効果は、＜効果が見られており、今後も継続予定＞は「利子補給」が86.9%と最も高く、続いて「融資・保証」が86.5%、「専門家派遣（ハンズオン支援）」が83.9%と続いた。その他、8割以上が＜効果が見られており、今後も継続予定＞と回答した取組は「相談窓口」80.3%、「創業塾／創業セミナー／創業スクール（特定創業支援事業）」82.0%、「創業塾／創業セミナー／創業スクール（特定創業支援事業以外）」81.4%、「補助金・助成金」81.2%、「交流会」83.5%および「オンラインプラットフォーム（オンラインサロン）」80.8%であった。

なお、＜ある程度の効果が見られるが、課題あり＞は「クラウドファンディング活用支援」が32.3%で最も高く、続いて「コワーキングスペース」が25.4%、「インキュベーション事業」が24.9%で続いた。

・課題

創業支援事業における課題は、＜広報・周知＞が「情報発信」では61.8%、＜運営ノウハウ＞が「相談窓口」では30.2%、＜予算措置・実施体制の確保＞が「補助金・助成金」および「空き店舗の活用支援」では28.3%、「ビジネスプランコンテスト」および「クラウドファンディング活用支援」、＜実施効果の把握・補足＞が「オンラインプラットフォーム（オンラインサロン）」では5割以上と、それぞれ他の事業に比べて割合が高くなっている。

◆創業機運醸成事業に関する取組の効果、課題について

・取組に対する認識

創業機運醸成事業に対する認識は、「既に実施しており、今後も現在の内容を継続していく」が21.8%で最も高く、続いて「実施の必要性を認識しているが、現時点で具体的な検討予定はない」が21.3%、「実施する予定はない」が19.1%と続いた。

・取組の実施状況

創業機運醸成事業の実施状況は、＜実施している＞では「セミナー」が32.9%と最も高く、続いて「キャリア形成支援（相談窓口）」が17.2%、「イベント開催（創業フォーラム・起業家講演会等）」が16.1%と続いた。

また、＜未実施（今後取り組む予定／取り組みたい）＞では「イベント開催（創業フォーラム・起業家講演会等）」が16.9%と最も高く、続いて「セミナー」および「起業家教育（出前授業・起業家派遣）」が14.4%と続いた。

なお、＜未実施（今後取り組む予定なし）＞は「コミュニティ形成（オンライン）」が 84.2%で最も高く、続いて「ビジネスプランコンテスト（学生向け）」が 81.9%、「起業家教育（職場体験・インターンシップ等）」が 79.2%で続いた。

・取組の効果

創業機運醸成事業の効果は、全ての事業において＜効果が見られており、今後も継続予定＞が 7 割超～8 割半ばと高い割合を占めている。「コミュニティ形成（オンライン）」が 85.7%と最も高く、続いて「イベント開催（創業フォーラム・起業家講演会等）」が 83.5%、「キャリア形成支援（相談窓口）」が 80.9%と続いた。

また、＜ある程度の効果が見られるが、課題あり＞は「起業家教育（職場体験・インターンシップ等）」が 26.3%と最も高く、続いて「起業家教育（起業家教育プログラム）」が 24.4%、「ビジネスプランコンテスト（学生向け）」が 24.2%と続いた。

なお、＜十分な効果が見られず、見直し・終了予定＞は「起業家教育（出前授業・起業家派遣）」が 4.4%で最も高く、続いて「ビジネスプランコンテスト（一般向け）」が 4.3%、「起業家教育（起業家教育プログラム）」が 3.3%で続いた。

・課題

創業機運醸成事業の課題は、「コミュニティ形成（スタートアップカフェ等、施設を設置するもの）」を除く全ての事業において＜実施効果の把握・捕捉＞が最も高くなっている（「起業家教育（職場体験・インターンシップ等）」は＜企画・カリキュラム内容＞と同率）。「ビジネスプランコンテスト（一般向け）」が 64.7%と最も高く、続いて「起業家教育（出前授業・起業家派遣）」が 57.1%、「起業家教育（起業家教育プログラム）」が 54.5%と続いた。

また、＜企画・カリキュラム内容＞は「起業家教育（職場体験・インターンシップ等）」が 40.0%、＜運営ノウハウ＞は「コミュニティ形成（スタートアップカフェ等、施設を設置するもの）」が 38.5%と他の事業に比べて割合が高くなっている。

◆創業支援等事業計画の認定・実施による効果、課題、支援ニーズ

・効果

取組実施の効果については、「創業者に関する情報・創業支援に関する知識・ノウハウが蓄積された」では＜そう思う＞が 73.9%と高い割合を占めている。一方、「創業者・創業希望者が増加した」では＜そう思う＞が 46.7%と半数を下回っている。

・創業者・創業希望者の中で特に効果が現れている属性

特に効果が現れている属性については、「女性」が 61.5%と最も高く、続いて「若者」が 45.5%、「Uターン、Iターン、Jターン者（移住起業・週末起業などを含む）」が 25.5%と続いた。なお、人口規模別にみると、「1 万人未満」を除く全ての規模において＜女性＞の割合が最も高くなっている。また、「1 万人未満」では＜若者＞が 72.0%、＜Uターン、Iターン、Jターン者（移住起業・週末起業などを含む）＞が 56.0%、「50 万人以上」では＜社会課題・地域課題に取り組む創業者・創業希望者＞が 46.7%と、他の規模に比べて割合が特に高くなっている。

・課題となっている事柄

取組についての課題は、「域内における創業支援ニーズの収集」では＜そう思う＞が 77.1%と他の課題に比べて割合が高くなっている。また、「創業機運醸成事業の取組の拡大（新施策の導入）」および「創業機運醸成事業の取組の強化（既存施策の改善）」では＜そう思う＞がそれぞれ半数を下回っている。認定計画の実施体制についての課題は、「域内における創業支援ニーズの収集の仕組みづくり」では＜そう思う＞が 68.3%と、他の課題に比べて割合が高くなっている。また、「創業支援者のネットワーク・連携の拡大（新たなパートナーとの連携）」では＜そう思う＞が 47.7%と半数を下回っている。

・支援プログラムの具体的な施策として、今後利用を検討したいメニュー

今後利用を検討したいメニューは、「創業支援に関する最新事例・参考となる事例の提供」が 56.0%と最も高く、続いて「創業支援担当者向けの創業支援スキル向上研修（オンライン等）」が 25.4%、「創業者の交流・ネットワークの場の提供」が 24.6%と続いた。

◆創業支援等事業における周知・情報発信

・情報発信にかけている時間

創業支援にかけている時間を全体で 100 時間と考えた場合、情報発信には何時間かけていますかと尋ねたところ、「0 時間～10 時間」が 76.7%と最も高く、続いて「11 時間～20 時間」が 11.6%、「21 時間～30 時間」が 6.2%と続いた。

・情報発信の取組状況と効果

取組状況については、＜取り組んでいる＞では「認定市町村等のホームページに掲載している」が 90.9%と最も高く、続いて「パンフレットを公共施設等に置いている」が 62.5%、「セミナーにおいて参加者に案内している」が 56.9%となった。

効果については、＜効果があった＞が全ての取組内容において 8 割超～9 割半ばと高い割合を占めている。

・創業支援の情報発信に専従している職員

情報発信に専従している職員は、「いる」が 10.3%、「いない」が 89.7%となっている。

・情報発信に係る基準・マニュアル等の整備状況

情報発信に係る基準・マニュアル等の整備状況は、「基本的な方針や基準・マニュアル等はなく、各担当者が独自に工夫し、取り組んでいる」が 71.7%と最も高く、続いて「基本的な方針や基準・マニュアル等があり、それらにそって取り組んでいる」が 15.9%、「情報発信に取り組んでいない」が 12.4%となった。

・情報発信の課題

情報発信の課題は、「効果的な情報発信の方法が分からない」が 63.1%と最も高く、続いて「人材がいない」が 28.4%、「情報発信を行う時間がない」が 24.4%となった。

◆地域のニーズ把握

・利用の多い支援の内容

利用の多い支援の内容は、「助成金」が 62.2%と最も高く、続いて「創業の仕方」が 50.6%、「事業計画の立て方」が 35.1%と続いた。

・ニーズ把握のための取組

ニーズ把握のための取組は、「相談窓口で創業者の意見を収集・集約」が 56.2%と最も高く、続いて「セミナー・講座参加時の聞き込み」が 27.9%、「把握するための取組は行っていない」が 27.5%と続いた。

・ニーズ把握の状況

ニーズ把握の状況は、「十分に把握できていない」が 73.1%と最も高く、続いて「わからない」が 22.0%、「十分に把握している」が 4.9%と続いた。

・ニーズにあわせた創業支援策の見直し

ニーズにあわせた創業支援策の見直しは、「見直しが必要」が 46.3%、「見直しは必要ない」が 53.7%となっている。

◆創業希望者への対応

・利用の多い創業支援の取組

利用の多い創業支援の取組は、「相談窓口」が 66.1%と最も高く、続いて「助成金」が 62.2%、「融資制度（金利・要件優遇）」が 38.6%と続いた。

・創業希望者の状況や課題のヒアリング状況

創業希望者の状況や課題のヒアリング状況は、「十分とはいえないが出来ている」が 66.0%と最も高く、続いて「出来ない」が 21.4%、「十分に出来ている」が 12.6%と続いた。

・支援メニューの提案状況

支援メニューの提案状況は、「組み合わせでは提案出来ないが、個別の支援メニューを提案している」が 41.9%と最も高く、続いて「支援メニューを組み合わせで提案している」が 35.9%、「提案できていない」が 22.1%と続いた。

・創業支援パッケージの有無

創業支援パッケージの有無は、「ある」が 4.2%、「ない」が 95.8%となっている。

3. 調査結果

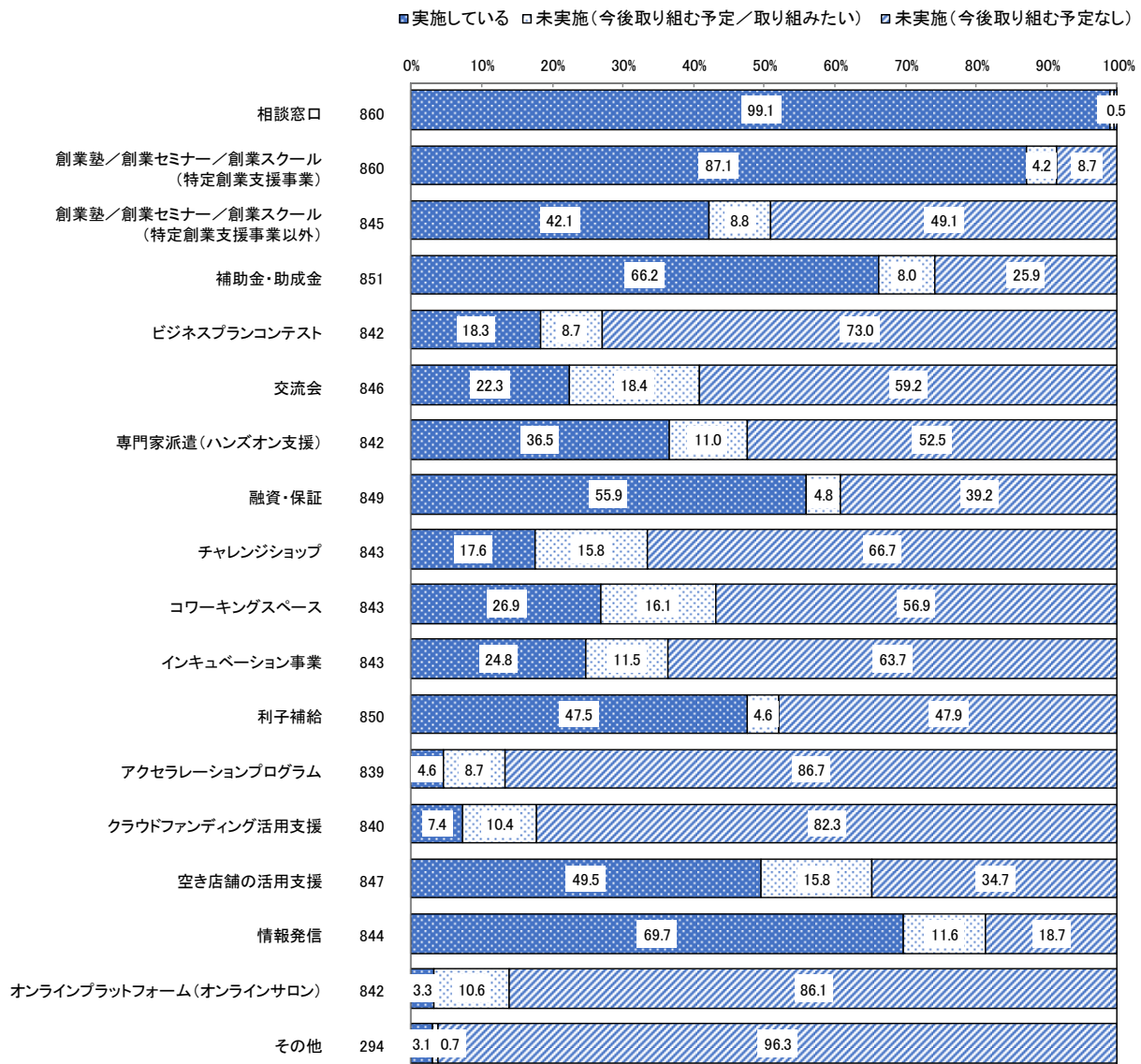
3.1 創業支援事業に関する取組の現状、課題

(1) 創業支援事業の実施状況

創業支援の実施状況は、＜実施している＞は「相談窓口」が 99.1%と最も高く、続いて「創業塾/創業セミナー/創業スクール（特定創業支援事業）」が 87.1%、「情報発信」が 69.7%であった。その他、5 割以上が＜実施している＞と回答した取組は「補助金・助成金」66.2%、「融資・保証」55.9%であった。

なお、＜未実施（今後取組予定なし）＞は「アクセラレーションプログラム」が 86.7%で最も高く、続いて「オンラインプラットフォーム（オンラインサロン）」が 86.1%、「クラウドファンディング活用支援」が 82.3%であった。

【全体】



【クロス集計】

「相談窓口」について人口規模別にみると、全ての規模において＜実施している＞の割合が最も高くなっている。

相談窓口

(調査数:実数、横%)

		調査数	実施している	未実施(今後 取り組む予 定／取り組 みたい)	未実施(今後 取り組む予 定なし)
全体		860	99.1	0.5	0.5
人口 規模	1万人未満	111	99.1	0.9	－
	1万人以上5万人未満	364	98.6	0.5	0.8
	5万人以上10万人未満	172	98.8	0.6	0.6
	10万人以上30万人未満	148	100.0	－	－
	30万人以上50万人未満	40	100.0	－	－
	50万人以上	25	100.0	－	－

「創業塾／創業セミナー／創業スクール（特定創業支援事業）」について人口規模別にみると、規模が大きくなるほど＜実施している＞の割合が高くなっている。

創業塾／創業セミナー／創業スクール(特定創業支援事業)

(調査数:実数、横%)

		調査数	実施している	未実施(今後 取り組む予 定／取り組 みたい)	未実施(今後 取り組む予 定なし)
全体		860	87.1	4.2	8.7
人口 規模	1万人未満	110	58.2	11.8	30.0
	1万人以上5万人未満	364	84.9	4.4	10.7
	5万人以上10万人未満	172	97.1	1.7	1.2
	10万人以上30万人未満	149	97.3	2.7	－
	30万人以上50万人未満	40	97.5	－	2.5
	50万人以上	25	100.0	－	－

「創業塾／創業セミナー／創業スクール（特定創業支援事業以外）」について人口規模別にみると、規模が大きくなるほど＜実施している＞の割合が概ね高くなっている。

創業塾／創業セミナー／創業スクール(特定創業支援事業以外)

(調査数:実数、横%)

		調査数	実施している	未実施(今後 取り組む予 定／取り組 みたい)	未実施(今後 取り組む予 定なし)
全体		845	42.1	8.8	49.1
人口 規模	1万人未満	108	19.4	18.5	62.0
	1万人以上5万人未満	357	37.5	8.4	54.1
	5万人以上10万人未満	169	43.8	8.9	47.3
	10万人以上30万人未満	147	55.8	5.4	38.8
	30万人以上50万人未満	39	71.8	－	28.2
	50万人以上	25	68.0	4.0	28.0

「補助金・助成金」について人口規模別にみると、＜未実施（今後取り組む予定なし）＞では「30 万人以上 50 万人未満」48.7%、「50 万人以上」44.0%と、他の規模に比べて割合が高くなっている。

補助金・助成金

（調査数：実数、横％）

		調査数	実施している	未実施（今後 取り組む予 定／取り組 みたい）	未実施（今後 取り組む予 定なし）
全体		851	66.2	8.0	25.9
人口 規模	1万人未満	107	58.9	15.0	26.2
	1万人以上5万人未満	360	68.9	7.8	23.3
	5万人以上10万人未満	172	70.3	7.0	22.7
	10万人以上30万人未満	148	66.9	6.8	26.4
	30万人以上50万人未満	39	46.2	5.1	48.7
	50万人以上	25	56.0	－	44.0

「ビジネスプランコンテスト」について人口規模別にみると、規模が大きくなるほど＜実施している＞の割合が高くなっている。また、「1 万人未満」では＜未実施（今後取り組む予定なし）＞が 9 割超と、他の規模に比べて割合が特に高くなっている。

ビジネスプランコンテスト

（調査数：実数、横％）

		調査数	実施している	未実施（今後 取り組む予 定／取り組 みたい）	未実施（今後 取り組む予 定なし）
全体		842	18.3	8.7	73.0
人口 規模	1万人未満	106	1.9	5.7	92.5
	1万人以上5万人未満	357	12.3	8.1	79.6
	5万人以上10万人未満	169	16.0	11.8	72.2
	10万人以上30万人未満	146	30.8	6.8	62.3
	30万人以上50万人未満	39	53.8	15.4	30.8
	50万人以上	25	60.0	8.0	32.0

「交流会」について人口規模別にみると、規模が大きくなるほど＜実施している＞の割合が高くなり、＜未実施（今後取り組む予定なし）＞の割合が低くなっている。

交流会

（調査数：実数、横％）

		調査数	実施している	未実施（今後 取り組む予 定／取り組 みたい）	未実施（今後 取り組む予 定なし）
全体		846	22.3	18.4	59.2
人口 規模	1万人未満	106	2.8	15.1	82.1
	1万人以上5万人未満	357	10.1	19.9	70.0
	5万人以上10万人未満	169	24.3	21.3	54.4
	10万人以上30万人未満	149	43.6	17.4	38.9
	30万人以上50万人未満	40	57.5	17.5	25.0
	50万人以上	25	84.0	－	16.0

専門家派遣（ハンズオン支援）について人口規模別にみると、「50 万人以上」では＜実施している＞の割合が 8 割半ば、と他の規模に比べて特に高くなっている。

専門家派遣（ハンズオン支援）

（調査数：実数、横％）

		調査数	実施している	未実施（今後 取り組む予 定／取り組 みたい）	未実施（今後 取り組む予 定なし）
全体		842	36.5	11.0	52.5
人口 規模	1万人未満	106	25.5	15.1	59.4
	1万人以上5万人未満	355	31.5	13.0	55.5
	5万人以上10万人未満	169	29.0	9.5	61.5
	10万人以上30万人未満	147	50.3	6.8	42.9
	30万人以上50万人未満	40	60.0	12.5	27.5
	50万人以上	25	84.0	－	16.0

「融資・保証」について人口規模別にみると、規模が大きくなるほど＜実施している＞の割合が高くなり、＜未実施（今後取り組む予定／取り組みたい）＞の割合が低くなっている。

融資・保証

（調査数：実数、横％）

		調査数	実施している	未実施（今後 取り組む予 定／取り組 みたい）	未実施（今後 取り組む予 定なし）
全体		849	55.9	4.8	39.2
人口 規模	1万人未満	107	38.3	9.3	52.3
	1万人以上5万人未満	359	47.6	5.6	46.8
	5万人以上10万人未満	171	59.6	3.5	36.8
	10万人以上30万人未満	148	73.0	2.7	24.3
	30万人以上50万人未満	39	82.1	2.6	15.4
	50万人以上	25	84.0	－	16.0

「チャレンジショップ」について人口規模別にみると、全ての規模において＜未実施（今後取り組む予定なし）＞が半数を超えており、「50万人以上」では8割と特に高くなっている。

チャレンジショップ

（調査数：実数、横％）

		調査数	実施している	未実施（今後 取り組む予 定／取り組 みたい）	未実施（今後 取り組む予 定なし）
全体		843	17.6	15.8	66.7
人口 規模	1万人未満	106	9.4	21.7	68.9
	1万人以上5万人未満	356	14.9	14.0	71.1
	5万人以上10万人未満	169	18.9	18.9	62.1
	10万人以上30万人未満	147	27.2	12.2	60.5
	30万人以上50万人未満	40	25.0	20.0	55.0
	50万人以上	25	12.0	8.0	80.0

「コワーキングスペース」について人口規模別にみると、規模が大きくなるほど＜実施している＞の割合が高くなり、＜未実施（今後取り組む予定なし）＞の割合が低くなっている。

コワーキングスペース

（調査数：実数、横％）

		調査数	実施している	未実施（今後 取り組む予 定／取り組 みたい）	未実施（今後 取り組む予 定なし）
全体		843	26.9	16.1	56.9
人口 規模	1万人未満	106	13.2	21.7	65.1
	1万人以上5万人未満	357	20.2	16.5	63.3
	5万人以上10万人未満	169	28.4	17.2	54.4
	10万人以上30万人未満	147	40.8	10.9	48.3
	30万人以上50万人未満	39	51.3	10.3	38.5
	50万人以上	25	52.0	20.0	28.0

「インキュベーション事業」について人口規模別にみると、規模が大きくなるほど＜実施している＞の割合が高くなり、＜未実施（今後取り組む予定なし）＞の割合が低くなっている。

インキュベーション事業

（調査数：実数、横％）

		調査数	実施している	未実施（今後 取り組む予 定／取り組 みたい）	未実施（今後 取り組む予 定なし）
全体		843	24.8	11.5	63.7
人口 規模	1万人未満	106	5.7	15.1	79.2
	1万人以上5万人未満	355	14.9	10.4	74.6
	5万人以上10万人未満	170	21.8	13.5	64.7
	10万人以上30万人未満	147	42.2	9.5	48.3
	30万人以上50万人未満	40	77.5	10.0	12.5
	50万人以上	25	80.0	12.0	8.0

「利子補給」について人口規模別にみると、「30 万人以上 50 万人未満」では＜実施している＞が 65.0%と、他の人口規模に比べて割合が高くなっている。

利子補給

(調査数:実数、横%)

		調査数	実施している	未実施(今後 取り組む予 定／取り組 みたい)	未実施(今後 取り組む予 定なし)
全体		850	47.5	4.6	47.9
人口 規模	1万人未満	108	41.7	8.3	50.0
	1万人以上5万人未満	358	43.0	3.4	53.6
	5万人以上10万人未満	170	50.0	6.5	43.5
	10万人以上30万人未満	149	54.4	3.4	42.3
	30万人以上50万人未満	40	65.0	2.5	32.5
	50万人以上	25	52.0	4.0	44.0

「アクセラレーションプログラム」について人口規模別にみると、「30 万人以上 50 万人未満」および「50 万人以上」を除く全ての規模において＜未実施（今後取り組む予定なし）＞が 8 割半ば～9 割半ばと高い割合を占めている。

アクセラレーションプログラム

(調査数:実数、横%)

		調査数	実施している	未実施(今後 取り組む予 定／取り組 みたい)	未実施(今後 取り組む予 定なし)
全体		839	4.6	8.7	86.7
人口 規模	1万人未満	104	－	4.8	95.2
	1万人以上5万人未満	354	1.7	7.1	91.2
	5万人以上10万人未満	170	5.3	10.0	84.7
	10万人以上30万人未満	146	5.5	8.9	85.6
	30万人以上50万人未満	40	10.0	25.0	65.0
	50万人以上	25	48.0	12.0	40.0

「クラウドファンディング活用支援」について人口規模別にみると、「30 万人以上 50 万人未満」ではく実施している
 が 20.5%と、他の規模に比べて割合が高くなっている。

クラウドファンディング活用支援

(調査数:実数、横%)

		調査数	実施している	未実施(今後 取り組む予 定／取り組 みたい)	未実施(今後 取り組む予 定なし)
全体		840	7.4	10.4	82.3
人口 規模	1万人未満	106	2.8	15.1	82.1
	1万人以上5万人未満	355	4.5	10.7	84.8
	5万人以上10万人未満	169	10.7	8.3	81.1
	10万人以上30万人未満	146	9.6	8.2	82.2
	30万人以上50万人未満	39	20.5	12.8	66.7
	50万人以上	25	12.0	8.0	80.0

「空き店舗の活用支援」について人口規模別にみると、「50 万人以上」ではく未実施（今後取り組む予定なし）
 が 6 割と、他の規模に比べて割合が特に高くなっている。

空き店舗の活用支援

(調査数:実数、横%)

		調査数	実施している	未実施(今後 取り組む予 定／取り組 みたい)	未実施(今後 取り組む予 定なし)
全体		847	49.5	15.8	34.7
人口 規模	1万人未満	108	29.6	26.9	43.5
	1万人以上5万人未満	358	48.0	17.6	34.4
	5万人以上10万人未満	168	56.5	11.9	31.5
	10万人以上30万人未満	149	59.1	12.1	28.9
	30万人以上50万人未満	39	59.0	7.7	33.3
	50万人以上	25	36.0	4.0	60.0

「情報発信」について人口規模別にみると、「10 万人以上 30 万人未満」、「30 万人以上 50 万人未満」および「50 万人以上」では＜実施している＞が 8 割超～約 9 割と、他の規模に比べて割合が高くなっている。

情報発信

(調査数:実数、横%)

		調査数	実施している	未実施(今後 取り組む予 定／取り組 みたい)	未実施(今後 取り組む予 定なし)
全体		844	69.7	11.6	18.7
人口 規模	1万人未満	107	50.5	22.4	27.1
	1万人以上5万人未満	357	65.3	13.4	21.3
	5万人以上10万人未満	169	72.2	10.1	17.8
	10万人以上30万人未満	147	83.7	4.1	12.2
	30万人以上50万人未満	39	89.7	5.1	5.1
	50万人以上	25	84.0	4.0	12.0

「オンラインプラットフォーム（オンラインサロン）」について人口規模別にみると、「50 万人以上」を除く全ての規模において＜未実施（今後取り組む予定なし）＞が約 8 割～9 割と高い割合を占めている。

オンラインプラットフォーム（オンラインサロン）

(調査数:実数、横%)

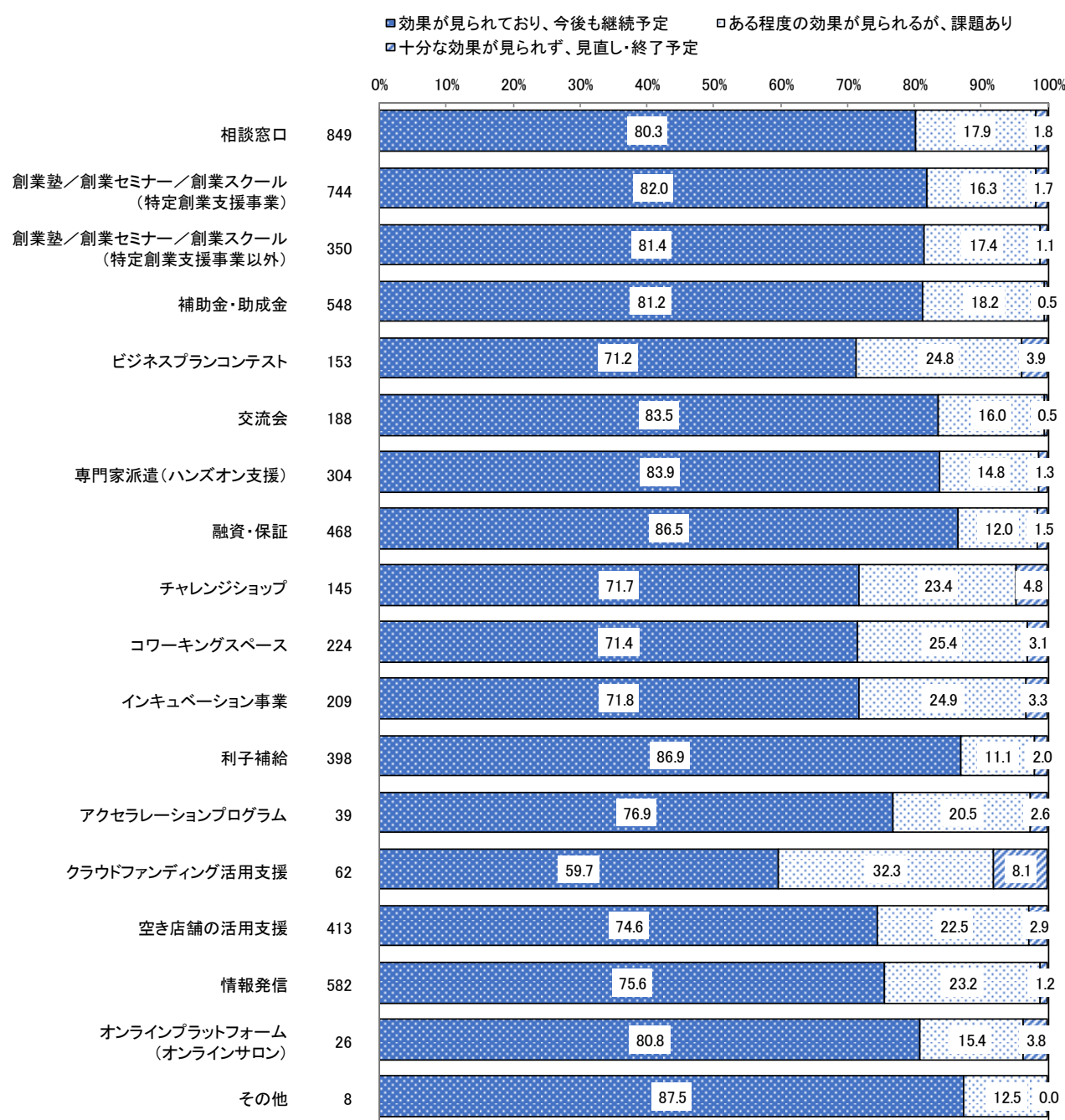
		調査数	実施している	未実施(今後 取り組む予 定／取り組 みたい)	未実施(今後 取り組む予 定なし)
全体		842	3.3	10.6	86.1
人口 規模	1万人未満	106	0.9	13.2	85.8
	1万人以上5万人未満	356	1.7	9.3	89.0
	5万人以上10万人未満	169	3.6	8.3	88.2
	10万人以上30万人未満	147	5.4	12.2	82.3
	30万人以上50万人未満	39	－	20.5	79.5
	50万人以上	25	28.0	8.0	64.0

(2) 創業支援事業の効果

(1) で「1. 実施している」を選択した施策について、その効果を伺った。

創業支援事業の効果は、＜効果が見られており、今後も継続予定＞は「利子補給」が 86.9%と最も高く、続いて「融資・保証」が 86.5%、「専門家派遣（ハンズオン支援）」が 83.9%となった。その他、8 割以上が＜効果が見られており、今後も継続予定＞と回答した取組は「相談窓口」80.3%、「創業塾／創業セミナー／創業スクール（特定創業支援事業）」82.0%、「創業塾／創業セミナー／創業スクール（特定創業支援事業以外）」81.4%、「補助金・助成金」81.2%、「交流会」83.5%および「オンラインプラットフォーム（オンラインサロン）」80.8%であった。

なお、＜ある程度の効果が見られるが、課題あり＞は「クラウドファンディング活用支援」が 32.3%で最も高く、続いて「コワーキングスペース」が 25.4%、「インキュベーション事業」が 24.9%となった。



【クロス集計】

「相談窓口」について人口規模別にみると、規模が大きくなるほど＜効果が見られており、今後も継続予定＞の割合が高くなっている。

相談窓口

(調査数:実数、横%)

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		849	80.3	17.9	1.8
人口規模	1万人未満	109	67.9	26.6	5.5
	1万人以上5万人未満	357	77.3	20.4	2.2
	5万人以上10万人未満	170	85.3	14.1	0.6
	10万人以上30万人未満	148	85.8	14.2	—
	30万人以上50万人未満	40	90.0	10.0	—
	50万人以上	25	96.0	4.0	—

「創業塾／創業セミナー／創業スクール（特定創業支援事業）」について人口規模別にみると、「30万人以上50万人未満」では＜効果が見られており、今後も継続予定＞の割合が9割を超え、最も高くなっている。

創業塾／創業セミナー／創業スクール(特定創業支援事業)

(調査数:実数、横%)

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		744	82.0	16.3	1.7
人口規模	1万人未満	63	73.0	20.6	6.3
	1万人以上5万人未満	306	77.8	19.9	2.3
	5万人以上10万人未満	166	87.3	12.7	—
	10万人以上30万人未満	145	84.8	13.8	1.4
	30万人以上50万人未満	39	92.3	7.7	—
	50万人以上	25	88.0	12.0	—

「創業塾／創業セミナー／創業スクール（特定創業支援事業以外）」について人口規模別にみると、「10 万人以上 30 万人未満」では＜効果が見られており、今後も継続予定＞の割合が 9 割を超え、最も高くなっている。

創業塾／創業セミナー／創業スクール（特定創業支援事業以外） （調査数：実数、横％）

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		350	81.4	17.4	1.1
人口規模	1万人未満	21	76.2	19.0	4.8
	1万人以上5万人未満	131	75.6	22.9	1.5
	5万人以上10万人未満	71	85.9	14.1	－
	10万人以上30万人未満	82	91.5	7.3	1.2
	30万人以上50万人未満	28	71.4	28.6	－
	50万人以上	17	82.4	17.6	－

「補助金・助成金」について人口規模別にみると、全ての規模において＜効果が見られており、今後も継続予定＞が約 8 割～9 割弱と高い割合を占めている。

補助金・助成金 （調査数：実数、横％）

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		548	81.2	18.2	0.5
人口規模	1万人未満	62	80.6	19.4	－
	1万人以上5万人未満	239	82.8	16.3	0.8
	5万人以上10万人未満	119	78.2	21.0	0.8
	10万人以上30万人未満	98	79.6	20.4	－
	30万人以上50万人未満	16	87.5	12.5	－
	50万人以上	14	85.7	14.3	－

「ビジネスプランコンテスト」について人口規模別にみると、「1 万人以上 5 万人未満」では＜ある程度の効果が見られるが、課題あり＞が 3 割を超え、他の規模に比べて割合が高くなっている。

ビジネスプランコンテスト （調査数：実数、横％）

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		153	71.2	24.8	3.9
人口規模	1万人未満	2	100.0	－	－
	1万人以上5万人未満	43	65.1	32.6	2.3
	5万人以上10万人未満	27	77.8	18.5	3.7
	10万人以上30万人未満	45	73.3	22.2	4.4
	30万人以上50万人未満	21	66.7	23.8	9.5
	50万人以上	15	73.3	26.7	－

「交流会」について人口規模別にみると、「30 万人以上 50 万人未満」ではくある程度の効果が見られるが、課題あり> が 26.1%と、他の規模に比べて割合が高くなっている。

交流会

(調査数:実数、横%)

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		188	83.5	16.0	0.5
人口規模	1万人未満	3	100.0	—	—
	1万人以上5万人未満	36	88.9	11.1	—
	5万人以上10万人未満	41	82.9	14.6	2.4
	10万人以上30万人未満	64	82.8	17.2	—
	30万人以上50万人未満	23	73.9	26.1	—
	50万人以上	21	85.7	14.3	—

「専門家派遣（ハンズオン支援）」について人口規模別にみると、全ての規模においてく効果が見られており、今後も継続予定> が約 8 割～10 割と高い割合を占めている。

専門家派遣（ハンズオン支援）

(調査数:実数、横%)

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		304	83.9	14.8	1.3
人口規模	1万人未満	26	80.8	15.4	3.8
	1万人以上5万人未満	112	81.3	16.1	2.7
	5万人以上10万人未満	48	85.4	14.6	—
	10万人以上30万人未満	74	82.4	17.6	—
	30万人以上50万人未満	23	100.0	—	—
	50万人以上	21	85.7	14.3	—

「融資・保証」について人口規模別にみると、「30 万人以上 50 万人未満」および「50 万人以上」ではく効果が見られており、今後も継続予定> がそれぞれ 9 割超と、他の規模に比べて割合が高くなっている。

融資・保証

(調査数:実数、横%)

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		468	86.5	12.0	1.5
人口規模	1万人未満	41	82.9	12.2	4.9
	1万人以上5万人未満	168	82.1	15.5	2.4
	5万人以上10万人未満	99	89.9	9.1	1.0
	10万人以上30万人未満	108	87.0	13.0	—
	30万人以上50万人未満	31	96.8	3.2	—
	50万人以上	21	95.2	4.8	—

「チャレンジショップ」について人口規模別にみると、「50 万人以上」ではくある程度の効果が見られるが、課題あり> が 33.3%と、他の規模に比べて割合が高くなっている。

チャレンジショップ

(調査数:実数、横%)

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		145	71.7	23.4	4.8
人口規模	1万人未満	9	77.8	22.2	—
	1万人以上5万人未満	53	71.7	24.5	3.8
	5万人以上10万人未満	30	63.3	23.3	13.3
	10万人以上30万人未満	40	77.5	22.5	—
	30万人以上50万人未満	10	70.0	20.0	10.0
	50万人以上	3	66.7	33.3	—

「コワーキングスペース」について人口規模別にみると、「1 万人以上 5 万人未満」ではくある程度の効果が見られるが、課題あり> が 40.8%と、他の規模に比べて割合が高くなっている。

コワーキングスペース

(調査数:実数、横%)

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		224	71.4	25.4	3.1
人口規模	1万人未満	13	76.9	15.4	7.7
	1万人以上5万人未満	71	54.9	40.8	4.2
	5万人以上10万人未満	47	74.5	23.4	2.1
	10万人以上30万人未満	60	81.7	15.0	3.3
	30万人以上50万人未満	20	80.0	20.0	—
	50万人以上	13	84.6	15.4	—

「インキュベーション事業」について人口規模別にみると、全ての規模においてく効果が見られており、今後も継続予定> が 6 割超～約 8 割と高い割合を占めている。

インキュベーション事業

(調査数:実数、横%)

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		209	71.8	24.9	3.3
人口規模	1万人未満	6	66.7	33.3	—
	1万人以上5万人未満	53	62.3	32.1	5.7
	5万人以上10万人未満	37	73.0	24.3	2.7
	10万人以上30万人未満	62	79.0	17.7	3.2
	30万人以上50万人未満	31	74.2	22.6	3.2
	50万人以上	20	70.0	30.0	—

「利子補給」について人口規模別にみると、全ての規模において＜効果が見られており、今後も継続予定＞が 8 割～9 割超と高い割合を占めている。

利子補給

(調査数:実数、横%)

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		398	86.9	11.1	2.0
人口規模	1万人未満	42	83.3	11.9	4.8
	1万人以上5万人未満	152	84.2	12.5	3.3
	5万人以上10万人未満	84	88.1	11.9	—
	10万人以上30万人未満	81	91.4	7.4	1.2
	30万人以上50万人未満	26	88.5	11.5	—
	50万人以上	13	92.3	7.7	—

「アクセラレーションプログラム」について人口規模別にみると、クロス集計結果は下記のとおりであるが、回答数が少ないため結果は参考値とする。

アクセラレーションプログラム

(調査数:実数、横%)

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		39	76.9	20.5	2.6
人口規模	1万人未満	—	—	—	—
	1万人以上5万人未満	6	83.3	16.7	—
	5万人以上10万人未満	9	66.7	33.3	—
	10万人以上30万人未満	8	75.0	25.0	—
	30万人以上50万人未満	4	100.0	—	—
	50万人以上	12	75.0	16.7	8.3

「クラウドファンディング活用支援」について人口規模別にみると、「10 万人以上 30 万人未満」では＜効果が見られており、今後も継続予定＞が 71.4%と、他の規模に比べて割合がやや高くなっている。

クラウドファンディング活用支援

(調査数:実数、横%)

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		62	59.7	32.3	8.1
人口規模	1万人未満	3	66.7	33.3	—
	1万人以上5万人未満	16	62.5	37.5	—
	5万人以上10万人未満	18	55.6	33.3	11.1
	10万人以上30万人未満	14	71.4	21.4	7.1
	30万人以上50万人未満	8	37.5	37.5	25.0
	50万人以上	3	66.7	33.3	—

「空き店舗の活用支援」について人口規模別にみると、「30 万人以上 50 万人未満」ではくある程度の効果が見られるが、課題あり> が 30.4%と、他の規模に比べて割合がやや高くなっている。

空き店舗の活用支援

(調査数:実数、横%)

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		413	74.6	22.5	2.9
人口規模	1万人未満	30	70.0	23.3	6.7
	1万人以上5万人未満	171	76.6	19.9	3.5
	5万人以上10万人未満	94	74.5	24.5	1.1
	10万人以上30万人未満	87	75.9	23.0	1.1
	30万人以上50万人未満	23	65.2	30.4	4.3
	50万人以上	8	62.5	25.0	12.5

「情報発信」について人口規模別にみると、「30 万人以上 50 万人未満」ではくある程度の効果が見られるが、課題あり> が 37.1%と、他の規模に比べて割合が高くなっている。

情報発信

(調査数:実数、横%)

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		582	75.6	23.2	1.2
人口規模	1万人未満	52	76.9	19.2	3.8
	1万人以上5万人未満	231	74.9	23.4	1.7
	5万人以上10万人未満	121	77.7	22.3	—
	10万人以上30万人未満	123	78.0	21.1	0.8
	30万人以上50万人未満	35	62.9	37.1	—
	50万人以上	20	75.0	25.0	—

「オンラインプラットフォーム（オンラインサロン）」について人口規模別にみると、クロス集計結果は下記のとおりであるが、回答数が少ないため結果は参考値とする。

オンラインプラットフォーム（オンラインサロン）

(調査数:実数、横%)

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		26	80.8	15.4	3.8
人口規模	1万人未満	1	100.0	—	—
	1万人以上5万人未満	5	100.0	—	—
	5万人以上10万人未満	6	83.3	16.7	—
	10万人以上30万人未満	8	62.5	25.0	12.5
	30万人以上50万人未満	—	—	—	—
	50万人以上	6	83.3	16.7	—

(3) 創業支援事業に取組に当たっての課題

(2) で「2.ある程度効果が見られるが、課題あり」と選択した施策について、その課題を伺った。

創業支援事業の取組に当たっての課題は、「ビジネスプランコンテスト」および「クラウドファンディング活用支援」ではなく実施効果の把握・補足＞が50%以上と高い。

(調査数:実数、横%)

	調査数	企画・カリ キュラム内容	運営ノウハウ	講師・ファシ リテーター等 の確保	予算措置・実 施体制の確 保	広報・周知	実施効果の 把握・捕捉
相談窓口	149	3.4	30.2	3.4	13.4	26.2	23.5
創業塾／創業セミナー／創業スクール (特定創業支援事業)	118	16.1	5.1	4.2	8.5	33.9	32.2
創業塾／創業セミナー／創業スクール (特定創業支援事業以外)	59	27.1	5.1	1.7	6.8	25.4	33.9
補助金・助成金	99	16.2	1.0	1.0	28.3	22.2	31.3
ビジネスプランコンテスト	37	13.5	21.6	5.4	5.4	2.7	51.4
交流会	30	23.3	10.0	6.7	6.7	10.0	43.3
専門家派遣(ハンズオン支援)	45	20.0	4.4	6.7	8.9	31.1	28.9
融資・保証	55	16.4	5.5	3.6	16.4	34.5	23.6
チャレンジショップ	34	14.7	17.6	-	20.6	23.5	23.5
コワーキングスペース	57	10.5	24.6	1.8	17.5	15.8	29.8
インキュベーション事業	52	13.5	21.2	3.8	15.4	25.0	21.2
利子補給	44	11.4	-	-	13.6	31.8	43.2
アクセラレーションプログラム	8	12.5	12.5	-	12.5	25.0	37.5
クラウドファンディング活用支援	20	-	10.0	-	15.0	20.0	55.0
空き店舗の活用支援	92	17.4	6.5	1.1	28.3	28.3	18.5
情報発信	131	6.1	6.1	-	7.6	61.8	18.3
オンラインプラットフォーム(オンライン サロン)	4	-	-	-	-	50.0	50.0
その他	1	-	-	-	-	-	100.0

※その他の具体的な取組内容は「テナント賃借料補助(飲食店)」であった。

【クロス集計】

「相談窓口」について人口規模別にみると、「1 万人未満」では＜広報・周知＞が 41.4%、「5 万人以上 10 万人未満」では＜予算措置・実施体制の確保＞が 29.2%と、それぞれ他の規模に比べて割合が高くなっている。

相談窓口

(調査数:実数、横%)

	調査数	企画・カリキュラム内容	運営ノウハウ	講師・ファシリテーター等の確保	予算措置・実施体制の確保	広報・周知	実施効果の把握・捕捉
全体	149	3.4	30.2	3.4	13.4	26.2	23.5
人口規模	1万人未満	29	3.4	31.0	3.4	3.4	41.4
	1万人以上5万人未満	70	2.9	34.3	1.4	11.4	31.4
	5万人以上10万人未満	24	4.2	25.0	8.3	29.2	8.3
	10万人以上30万人未満	21	4.8	28.6	4.8	14.3	9.5
	30万人以上50万人未満	4	-	-	-	-	25.0
	50万人以上	1	-	-	-	100.0	-

「創業塾／創業セミナー／創業スクール（特定創業支援事業）」について人口規模別にみると、「1 万人以上 5 万人未満」では＜広報・周知＞が 48.3%と、他の規模に比べて割合が高くなっている。

創業塾／創業セミナー／創業スクール(特定創業支援事業)

(調査数:実数、横%)

	調査数	企画・カリキュラム内容	運営ノウハウ	講師・ファシリテーター等の確保	予算措置・実施体制の確保	広報・周知	実施効果の把握・捕捉
全体	118	16.1	5.1	4.2	8.5	33.9	32.2
人口規模	1万人未満	13	-	7.7	7.7	38.5	38.5
	1万人以上5万人未満	58	15.5	3.4	1.7	3.4	48.3
	5万人以上10万人未満	21	23.8	14.3	9.5	19.0	14.3
	10万人以上30万人未満	20	20.0	-	5.0	15.0	20.0
	30万人以上50万人未満	3	33.3	-	-	-	66.7
	50万人以上	3	-	-	-	-	100.0

「創業塾／創業セミナー／創業スクール（特定創業支援事業以外）」について人口規模別にみると、「5 万人以上 10 万人未満」では＜広報・周知＞が 4 割と、他の規模に比べて割合が高くなっている。

創業塾／創業セミナー／創業スクール(特定創業支援事業以外)

(調査数:実数、横%)

	調査数	企画・カリキュラム内容	運営ノウハウ	講師・ファシリテーター等の確保	予算措置・実施体制の確保	広報・周知	実施効果の把握・捕捉
全体	59	27.1	5.1	1.7	6.8	25.4	33.9
人口規模	1万人未満	4	25.0	-	-	-	50.0
	1万人以上5万人未満	28	28.6	-	-	10.7	32.1
	5万人以上10万人未満	10	10.0	10.0	-	10.0	40.0
	10万人以上30万人未満	6	50.0	16.7	16.7	-	-
	30万人以上50万人未満	8	37.5	-	-	-	62.5
	50万人以上	3	-	33.3	-	-	66.7

「補助金・助成金」について人口規模別にみると、「1 万人未満」では＜企画・カリキュラム内容＞が 2 割半ばと、他の規模に比べて割合が高くなっている。

補助金・助成金

(調査数:実数、横%)

	調査数	企画・カリキュラム内容	運営ノウハウ	講師・ファシリテーター等の確保	予算措置・実施体制の確保	広報・周知	実施効果の把握・捕捉
全体	99	16.2	1.0	1.0	28.3	22.2	31.3
人口規模							
1万人未満	12	25.0	-	-	33.3	8.3	33.3
1万人以上5万人未満	38	15.8	2.6	-	26.3	39.5	15.8
5万人以上10万人未満	25	16.0	-	-	28.0	8.0	48.0
10万人以上30万人未満	20	15.0	-	-	30.0	15.0	40.0
30万人以上50万人未満	2	-	-	50.0	-	50.0	-
50万人以上	2	-	-	-	50.0	-	50.0

「ビジネスプランコンテスト」について人口規模別にみると、「10 万人以上 30 万人未満」では＜実施効果の把握・捕捉＞が 5 割と、最も割合が高くなっている。

ビジネスプランコンテスト

(調査数:実数、横%)

	調査数	企画・カリキュラム内容	運営ノウハウ	講師・ファシリテーター等の確保	予算措置・実施体制の確保	広報・周知	実施効果の把握・捕捉
全体	37	13.5	21.6	5.4	5.4	2.7	51.4
人口規模							
1万人未満	-	-	-	-	-	-	-
1万人以上5万人未満	13	23.1	30.8	7.7	-	-	38.5
5万人以上10万人未満	5	-	40.0	-	20.0	-	40.0
10万人以上30万人未満	10	20.0	10.0	10.0	10.0	-	50.0
30万人以上50万人未満	5	-	20.0	-	-	-	80.0
50万人以上	4	-	-	-	-	25.0	75.0

「交流会」について人口規模別にみると、「10 万人以上 30 万人未満」では＜実施効果の把握・捕捉＞が 45.5%と、最も割合が高くなっている。

交流会

(調査数:実数、横%)

	調査数	企画・カリキュラム内容	運営ノウハウ	講師・ファシリテーター等の確保	予算措置・実施体制の確保	広報・周知	実施効果の把握・捕捉
全体	30	23.3	10.0	6.7	6.7	10.0	43.3
人口規模							
1万人未満	-	-	-	-	-	-	-
1万人以上5万人未満	4	-	25.0	-	25.0	25.0	25.0
5万人以上10万人未満	6	33.3	-	33.3	-	-	33.3
10万人以上30万人未満	11	27.3	-	-	9.1	18.2	45.5
30万人以上50万人未満	6	33.3	16.7	-	-	-	50.0
50万人以上	3	-	33.3	-	-	-	66.7

「専門家派遣（ハンズオン支援）」について人口規模別にみると、「10 万人以上 30 万人未満」では＜企画・カリキュラム内容＞が 30.8%と最も割合が高くなっている。

専門家派遣（ハンズオン支援）

（調査数：実数、横％）

		調査数	企画・カリキュラム内容	運営ノウハウ	講師・ファシリテーター等の確保	予算措置・実施体制の確保	広報・周知	実施効果の把握・捕捉
全体		45	20.0	4.4	6.7	8.9	31.1	28.9
人口規模	1万人未満	4	-	-	-	25.0	25.0	50.0
	1万人以上5万人未満	18	27.8	5.6	5.6	-	33.3	27.8
	5万人以上10万人未満	7	-	-	-	14.3	42.9	42.9
	10万人以上30万人未満	13	30.8	7.7	15.4	7.7	23.1	15.4
	30万人以上50万人未満	-	-	-	-	-	-	-
	50万人以上	3	-	-	-	33.3	33.3	33.3

「融資・保証」について人口規模別にみると、「1 万人以上 5 万人未満」では＜広報・周知＞が 4 割と最も割合が高くなっている。

融資・保証

（調査数：実数、横％）

		調査数	企画・カリキュラム内容	運営ノウハウ	講師・ファシリテーター等の確保	予算措置・実施体制の確保	広報・周知	実施効果の把握・捕捉
全体		55	16.4	5.5	3.6	16.4	34.5	23.6
人口規模	1万人未満	5	-	20.0	40.0	-	20.0	20.0
	1万人以上5万人未満	25	16.0	-	-	16.0	40.0	28.0
	5万人以上10万人未満	9	22.2	11.1	-	11.1	44.4	11.1
	10万人以上30万人未満	14	21.4	7.1	-	28.6	14.3	28.6
	30万人以上50万人未満	1	-	-	-	-	100.0	-
	50万人以上	1	-	-	-	-	100.0	-

「チャレンジショップ」について人口規模別にみると、「1 万人以上 5 万人未満」では＜運営ノウハウ＞が 38.5%と最も割合が高くなっている。

チャレンジショップ

（調査数：実数、横％）

		調査数	企画・カリキュラム内容	運営ノウハウ	講師・ファシリテーター等の確保	予算措置・実施体制の確保	広報・周知	実施効果の把握・捕捉
全体		34	14.7	17.6	-	20.6	23.5	23.5
人口規模	1万人未満	2	-	50.0	-	50.0	-	-
	1万人以上5万人未満	13	15.4	38.5	-	15.4	15.4	15.4
	5万人以上10万人未満	7	-	-	-	28.6	14.3	57.1
	10万人以上30万人未満	9	33.3	-	-	22.2	22.2	22.2
	30万人以上50万人未満	2	-	-	-	-	100.0	-
	50万人以上	1	-	-	-	-	100.0	-

「コワーキングスペース」について人口規模別にみると、「1 万人以上 5 万人未満」では＜運営ノウハウ＞および＜実施効果の把握・捕捉＞が 27.6%、「5 万人以上 10 万人未満」では＜実施効果の把握・捕捉＞が 36.4%とそれぞれ最も割合が高くなっている。

コワーキングスペース

(調査数:実数、横%)

	調査数	企画・カリキュラム内容	運営ノウハウ	講師・ファシリテーター等の確保	予算措置・実施体制の確保	広報・周知	実施効果の把握・捕捉
全体	57	10.5	24.6	1.8	17.5	15.8	29.8
人口規模							
1万人未満	2	-	-	-	50.0	50.0	-
1万人以上5万人未満	29	13.8	27.6	-	13.8	17.2	27.6
5万人以上10万人未満	11	9.1	18.2	-	18.2	18.2	36.4
10万人以上30万人未満	9	11.1	22.2	11.1	22.2	11.1	22.2
30万人以上50万人未満	4	-	25.0	-	25.0	-	50.0
50万人以上	2	-	50.0	-	-	-	50.0

「インキュベーション事業」について人口規模別にみると、「1 万人以上 5 万人未満」では＜広報・周知＞が 4 割強と最も割合が高くなっている。

インキュベーション事業

(調査数:実数、横%)

	調査数	企画・カリキュラム内容	運営ノウハウ	講師・ファシリテーター等の確保	予算措置・実施体制の確保	広報・周知	実施効果の把握・捕捉
全体	52	13.5	21.2	3.8	15.4	25.0	21.2
人口規模							
1万人未満	2	-	-	-	50.0	-	50.0
1万人以上5万人未満	17	11.8	17.6	-	-	41.2	29.4
5万人以上10万人未満	9	11.1	33.3	-	22.2	11.1	22.2
10万人以上30万人未満	11	9.1	18.2	18.2	27.3	18.2	9.1
30万人以上50万人未満	7	28.6	28.6	-	14.3	14.3	14.3
50万人以上	6	16.7	16.7	-	16.7	33.3	16.7

「利子補給」について人口規模別にみると、「1 万人以上 5 万人未満」では＜実施効果の把握・捕捉＞が 5 割超と、他の課題に比べて割合が特に高くなっている。

利子補給

(調査数:実数、横%)

	調査数	企画・カリキュラム内容	運営ノウハウ	講師・ファシリテーター等の確保	予算措置・実施体制の確保	広報・周知	実施効果の把握・捕捉
全体	44	11.4	-	-	13.6	31.8	43.2
人口規模							
1万人未満	5	-	-	-	20.0	60.0	20.0
1万人以上5万人未満	19	15.8	-	-	15.8	15.8	52.6
5万人以上10万人未満	10	-	-	-	10.0	50.0	40.0
10万人以上30万人未満	6	33.3	-	-	16.7	33.3	16.7
30万人以上50万人未満	3	-	-	-	-	-	100.0
50万人以上	1	-	-	-	-	100.0	-

「アクセラレーションプログラム」について人口規模別にみると、クロス集計結果は下記のとおりであるが、回答数が少ないため結果は参考値とする。

アクセラレーションプログラム

(調査数:実数、横%)

	調査数	企画・カリキュラム内容	運営ノウハウ	講師・ファシリテーター等の確保	予算措置・実施体制の確保	広報・周知	実施効果の把握・捕捉
全体	8	12.5	12.5	-	12.5	25.0	37.5
人口規模	1万人未満	-	-	-	-	-	-
	1万人以上5万人未満	1	-	-	-	-	100.0
	5万人以上10万人未満	3	-	-	33.3	33.3	33.3
	10万人以上30万人未満	2	-	50.0	-	50.0	-
	30万人以上50万人未満	-	-	-	-	-	-
	50万人以上	2	50.0	-	-	-	50.0

「クラウドファンディング活用支援」について人口規模別にみると、クロス集計結果は下記のとおりであるが、回答数が少ないため結果は参考値とする。

クラウドファンディング活用支援

(調査数:実数、横%)

	調査数	企画・カリキュラム内容	運営ノウハウ	講師・ファシリテーター等の確保	予算措置・実施体制の確保	広報・周知	実施効果の把握・捕捉
全体	20	-	10.0	-	15.0	20.0	55.0
人口規模	1万人未満	1	-	-	-	-	100.0
	1万人以上5万人未満	6	-	-	33.3	16.7	50.0
	5万人以上10万人未満	6	-	16.7	16.7	33.3	33.3
	10万人以上30万人未満	3	-	33.3	-	-	66.7
	30万人以上50万人未満	3	-	-	-	33.3	66.7
	50万人以上	1	-	-	-	-	100.0

「空き店舗の活用支援」について人口規模別にみると、「1万人以上5万人未満」では＜広報・周知＞が39.4%、「5万人以上10万人未満」では＜予算措置・実施体制の確保＞が4割弱と、他の課題に比べて割合が特に高くなっている。

空き店舗の活用支援

(調査数:実数、横%)

	調査数	企画・カリキュラム内容	運営ノウハウ	講師・ファシリテーター等の確保	予算措置・実施体制の確保	広報・周知	実施効果の把握・捕捉
全体	92	17.4	6.5	1.1	28.3	28.3	18.5
人口規模	1万人未満	7	-	-	57.1	14.3	28.6
	1万人以上5万人未満	33	18.2	12.1	18.2	39.4	12.1
	5万人以上10万人未満	23	17.4	4.3	39.1	8.7	26.1
	10万人以上30万人未満	20	30.0	-	30.0	25.0	15.0
	30万人以上50万人未満	7	-	14.3	14.3	42.9	28.6
	50万人以上	2	-	-	-	100.0	-

「情報発信」について人口規模別にみると、全ての規模において＜広報・周知＞の割合が最も高くなっている。

情報発信

(調査数:実数、横%)

	調査数	企画・カリ キュラム内容	運営ノウハウ	講師・ファシ リテーター等 の確保	予算措置・実 施体制の確 保	広報・周知	実施効果の 把握・捕捉
全体	131	6.1	6.1	-	7.6	61.8	18.3
人 口 規 模	1万人未満	10	10.0	-	-	80.0	10.0
	1万人以上5万人未満	51	2.0	5.9	-	7.8	23.5
	5万人以上10万人未満	27	7.4	7.4	-	3.7	18.5
	10万人以上30万人未満	25	16.0	-	-	12.0	12.0
	30万人以上50万人未満	13	-	23.1	-	7.7	23.1
	50万人以上	5	-	-	-	20.0	-

「オンラインプラットフォーム（オンラインサロン）」について人口規模別にみると、クロス集計結果は下記のとおりであるが、回答数が少ないため結果は参考値とする。

オンラインプラットフォーム（オンラインサロン）

(調査数:実数、横%)

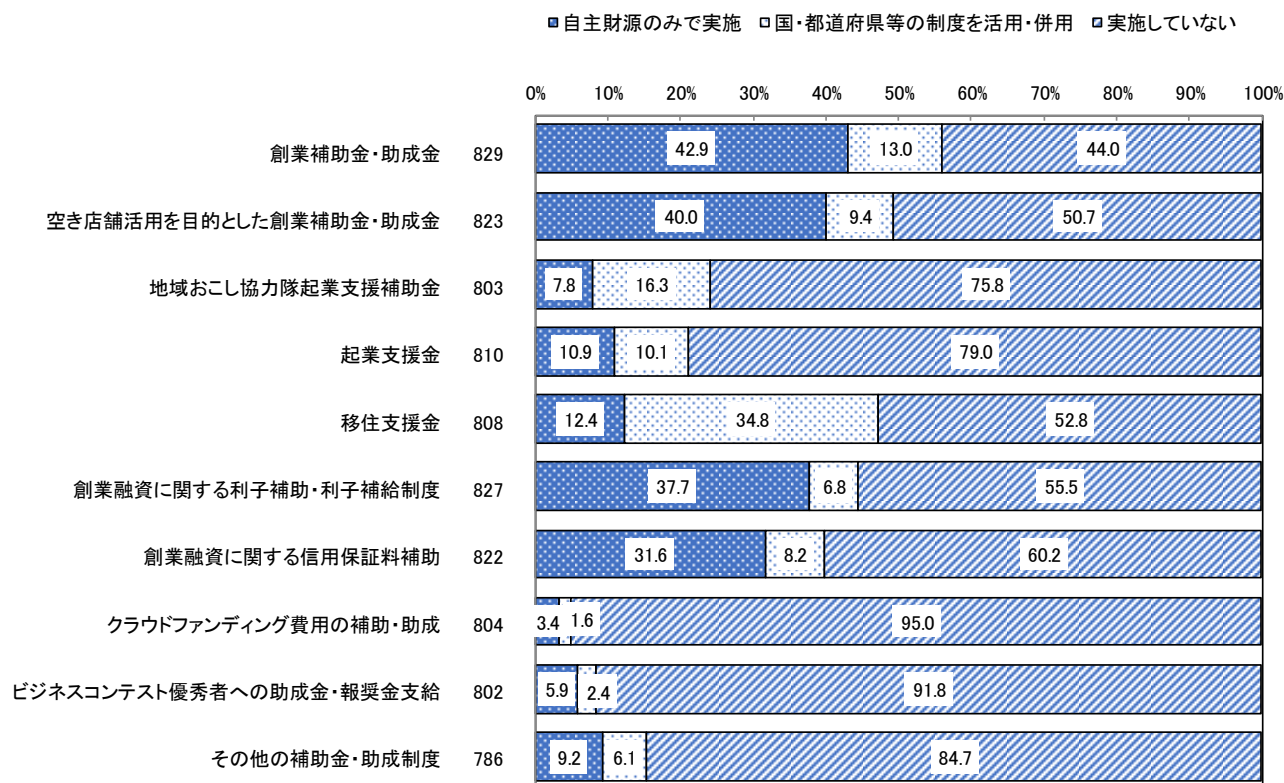
	調査数	企画・カリ キュラム内容	運営ノウハウ	講師・ファシ リテーター等 の確保	予算措置・実 施体制の確 保	広報・周知	実施効果の 把握・捕捉
全体	4	-	-	-	-	50.0	50.0
人 口 規 模	1万人未満	-	-	-	-	-	-
	1万人以上5万人未満	-	-	-	-	-	-
	5万人以上10万人未満	1	-	-	-	-	100.0
	10万人以上30万人未満	2	-	-	-	50.0	50.0
	30万人以上50万人未満	-	-	-	-	-	-
	50万人以上	1	-	-	-	100.0	-

(4) 創業支援事業の実施に当たって活用している国・都道府県の補助金・助成金およびその他支援制度

創業支援事業の実施に当たって活用している国・都道府県の補助金・助成金およびその他支援制度は、＜自主財源のみで実施＞では「創業補助金・助成金」が 42.9%と最も高く、続いて「空き店舗活用を目的とした創業補助金・助成金」が 40.0%、「創業融資に関する利子補助・利子補給制度」が 37.7%と続いた。その他、3 割以上が＜自主財源のみで実施＞と回答した補助金・助成金は「創業融資に関する信用保証料補助」31.6%であった。

また、＜国・都道府県等の制度を活用・併用＞は「移住支援金」が 34.8%と他の補助金・助成金に比べて特に高くなっている。

なお、＜実施していない＞は「クラウドファンディング費用の補助・助成」が 95.0%で最も高く、続いて「ビジネスコンテスト優秀者への助成金・報奨金支給」が 91.8%、「起業支援金」が 79.0%で続いた。その他、7 割以上が＜実施していない＞と回答した補助金・助成金は「地域おこし協力隊起業支援補助金」75.8%であった。

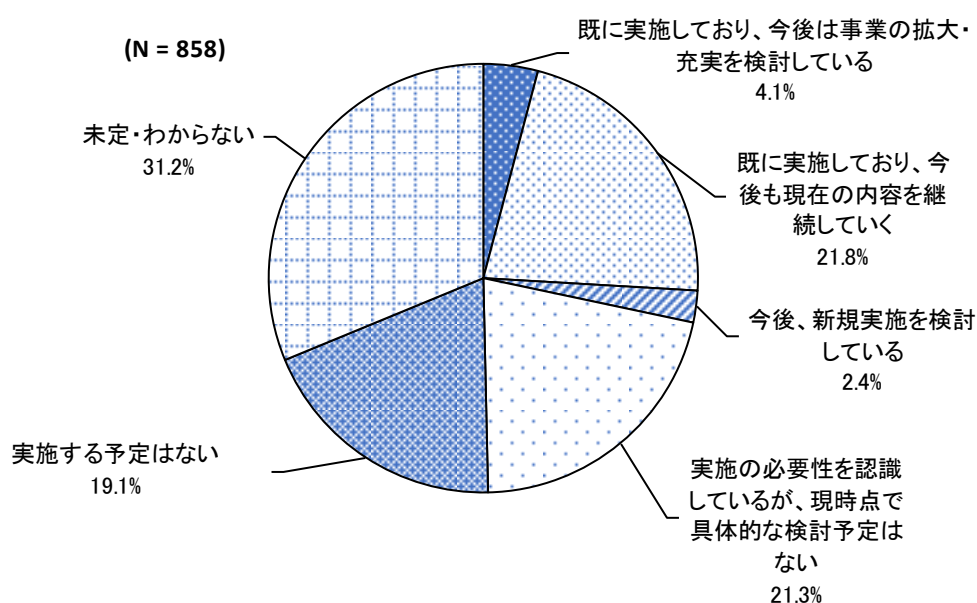


3.2 創業機運醸成事業に関する取組の現状、課題、支援

(1) 創業機運醸成事業に対する認識

創業機運醸成事業に対する認識は、「既に実施しており、今後も現在の内容を継続していく」が21.8%で最も高く、続いて「実施の必要性を認識しているが、現時点で具体的な検討予定はない」が21.3%、「実施する予定はない」が19.1%と続いた。

【全体】



【クロス集計】

「創業機運醸成事業について、貴認定市町村等における取組に関するご認識」について人口規模別にみると、＜既に実施しており、今後は事業の拡大・充実を検討している＞および＜既に実施しており、今後も現在の内容を継続していく＞が、規模が大きくなるほど割合が高くなっている。

(調査数:実数、横%)

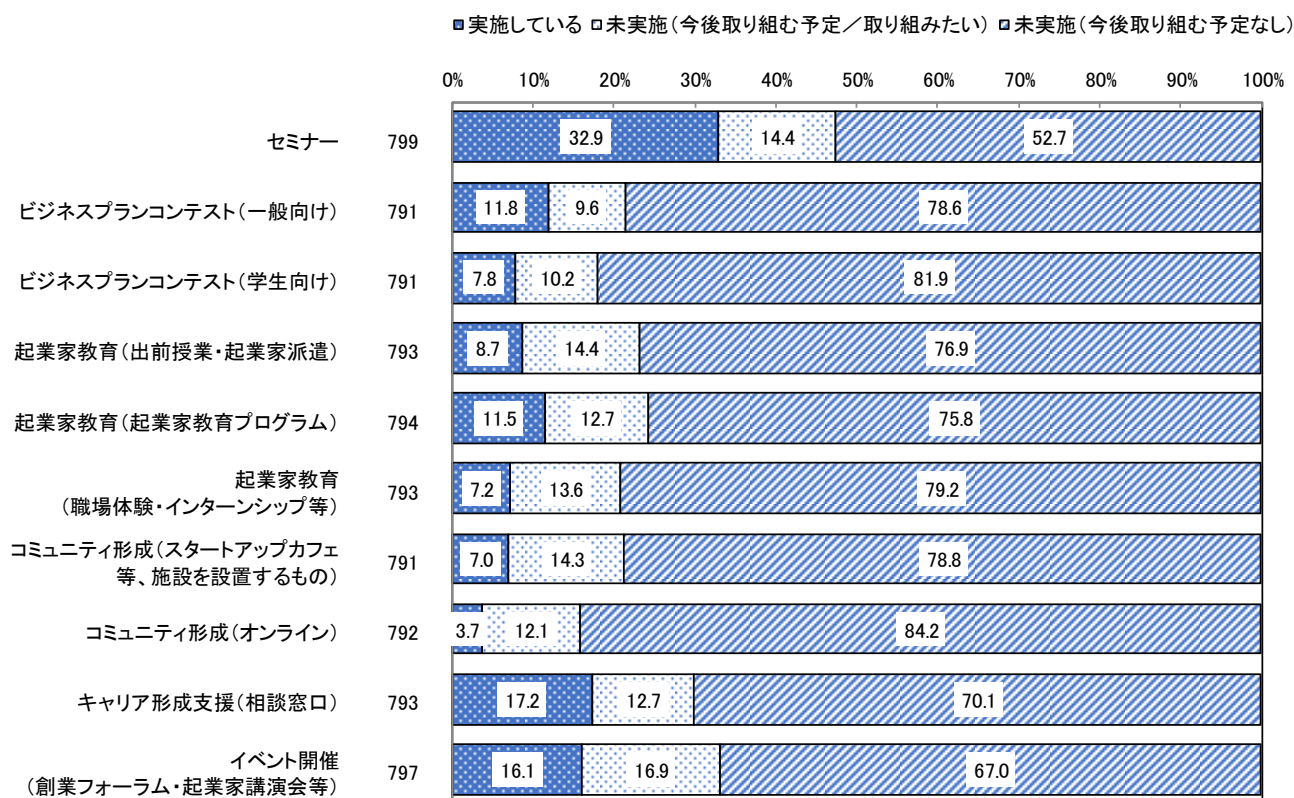
		調査数	既に実施しており、今後は事業の拡大・充実を検討している	既に実施しており、今後は現在の内容を継続していく	今後、新規実施を検討している	実施の必要性を認識しているが、現時点で具体的な検討予定はない	実施する予定はない	未定・わからない
全体		858	4.1	21.8	2.4	21.3	19.1	31.2
人口規模	1万人未満	111	-	6.3	1.8	25.2	23.4	43.2
	1万人以上5万人未満	363	1.9	15.4	1.9	24.0	22.0	34.7
	5万人以上10万人未満	171	2.3	25.1	4.7	17.0	19.3	31.6
	10万人以上30万人未満	149	8.1	35.6	2.7	18.8	14.8	20.1
	30万人以上50万人未満	39	15.4	41.0	-	25.6	5.1	12.8
	50万人以上	25	24.0	48.0	-	4.0	4.0	20.0

(2) 創業機運醸成事業の実施状況

創業機運醸成事業の実施状況は、＜実施している＞では「セミナー」が 32.9%と最も高く、続いて「キャリア形成支援（相談窓口）」が 17.2%、「イベント開催（創業フォーラム・起業家講演会等）」が 16.1%と続いた。

また、＜未実施（今後取り組む予定／取り組みたい）＞では「イベント開催（創業フォーラム・起業家講演会等）」が 16.9%と最も高く、続いて「セミナー」および「起業家教育（出前授業・起業家派遣）」が 14.4%と続いた。

なお、＜未実施（今後取り組む予定なし）＞は「コミュニティ形成（オンライン）」が 84.2%で最も高く、続いて「ビジネスプランコンテスト（学生向け）」が 81.9%、「起業家教育（職場体験・インターンシップ等）」が 79.2%で続いた。



【クロス集計】

「セミナー」について人口規模別にみると、規模が大きくなるほど＜実施している＞の割合が高くなっている。

セミナー

(調査数:実数、横%)

		調査数	実施している	未実施(今後 取り組む予 定／取り組 みたい)	未実施(今後 取り組む予 定なし)
全体		799	32.9	14.4	52.7
人 口 規 模	1万人未満	99	12.1	19.2	68.7
	1万人以上5万人未満	337	27.0	16.0	57.0
	5万人以上10万人未満	158	34.8	16.5	48.7
	10万人以上30万人未満	143	49.7	8.4	42.0
	30万人以上50万人未満	37	54.1	8.1	37.8
	50万人以上	25	56.0	4.0	40.0

「ビジネスプランコンテスト（一般向け）」について人口規模別にみると、規模が大きくなるほど＜実施している＞の割合が高くなっている。

ビジネスプランコンテスト(一般向け)

(調査数:実数、横%)

		調査数	実施している	未実施(今後 取り組む予 定／取り組 みたい)	未実施(今後 取り組む予 定なし)
全体		791	11.8	9.6	78.6
人 口 規 模	1万人未満	99	1.0	9.1	89.9
	1万人以上5万人未満	335	8.1	9.0	83.0
	5万人以上10万人未満	157	9.6	13.4	77.1
	10万人以上30万人未満	141	20.6	7.1	72.3
	30万人以上50万人未満	34	32.4	14.7	52.9
	50万人以上	25	40.0	4.0	56.0

「ビジネスプランコンテスト（学生向け）」について人口規模別にみると、「30 万人以上 50 万人未満」では<実施している>が 4 割弱と、他の規模に比べて割合が高くなっている。

ビジネスプランコンテスト(学生向け)

(調査数:実数、横%)

		調査数	実施している	未実施(今後 取り組む予 定／取り組 みたい)	未実施(今後 取り組む予 定なし)
全体		791	7.8	10.2	81.9
人 口 規 模	1万人未満	98	－	8.2	91.8
	1万人以上5万人未満	337	3.3	10.1	86.6
	5万人以上10万人未満	157	7.0	11.5	81.5
	10万人以上30万人未満	140	14.3	10.7	75.0
	30万人以上50万人未満	34	38.2	14.7	47.1
	50万人以上	25	28.0	4.0	68.0

「起業家教育（出前授業・起業家派遣）」について人口規模別にみると、「50 万人以上」では<実施している>が 4 割、また「30 万人以上 50 万人未満」では<未実施（今後取り組む予定／取り組みたい）>が 3 割弱と、他の規模に比べて割合が高くなっている。

起業家教育(出前授業・起業家派遣)

(調査数:実数、横%)

		調査数	実施している	未実施(今後 取り組む予 定／取り組 みたい)	未実施(今後 取り組む予 定なし)
全体		793	8.7	14.4	76.9
人 口 規 模	1万人未満	100	4.0	16.0	80.0
	1万人以上5万人未満	335	5.4	13.1	81.5
	5万人以上10万人未満	158	8.2	15.2	76.6
	10万人以上30万人未満	140	12.1	12.1	75.7
	30万人以上50万人未満	35	20.0	28.6	51.4
	50万人以上	25	40.0	12.0	48.0

「起業家教育（起業家教育プログラム）」について人口規模別にみると、「50 万人以上」では＜実施している＞が 4 割、また「30 万人以上 50 万人未満」では＜未実施（今後取り組む予定／取り組みたい）＞が 2 割半ばと、他の規模に比べて割合が高くなっている。

起業家教育（起業家教育プログラム）

（調査数：実数、横％）

		調査数	実施している	未実施（今後 取り組む予 定／取り組 みたい）	未実施（今後 取り組む予 定なし）
全体		794	11.5	12.7	75.8
人口 規模	1万人未満	99	2.0	15.2	82.8
	1万人以上5万人未満	335	7.5	11.3	81.2
	5万人以上10万人未満	160	12.5	11.9	75.6
	10万人以上30万人未満	140	18.6	12.1	69.3
	30万人以上50万人未満	35	22.9	25.7	51.4
	50万人以上	25	40.0	12.0	48.0

「起業家教育（職場体験・インターンシップ等）」について人口規模別にみると、「30 万人以上 50 万人未満」および「50 万人以上」を除く全ての規模において＜未実施（今後取り組む予定なし）＞が 8 割前後と高い割合を占めている。

起業家教育（職場体験・インターンシップ等）

（調査数：実数、横％）

		調査数	実施している	未実施（今後 取り組む予 定／取り組 みたい）	未実施（今後 取り組む予 定なし）
全体		793	7.2	13.6	79.2
人口 規模	1万人未満	99	3.0	18.2	78.8
	1万人以上5万人未満	337	6.8	12.2	81.0
	5万人以上10万人未満	157	4.5	15.9	79.6
	10万人以上30万人未満	141	10.6	7.8	81.6
	30万人以上50万人未満	34	14.7	23.5	61.8
	50万人以上	25	16.0	20.0	64.0

「コミュニティ形成（スタートアップカフェ等、施設を設置するもの）」について人口規模別にみると、「1 万人未満」および「1 万人以上 5 万人未満」では＜未実施（今後取り組む予定なし）＞が 8 割超と高い割合を占めている。

コミュニティ形成（スタートアップカフェ等、施設を設置するもの）（調査数：実数、横％）

		調査数	実施している	未実施（今後 取り組む予 定／取り組 みたい）	未実施（今後 取り組む予 定なし）
全体		791	7.0	14.3	78.8
人 口 規 模	1万人未満	99	2.0	14.1	83.8
	1万人以上5万人未満	335	3.6	12.2	84.2
	5万人以上10万人未満	158	3.8	17.7	78.5
	10万人以上30万人未満	140	15.7	13.6	70.7
	30万人以上50万人未満	34	23.5	23.5	52.9
	50万人以上	25	20.0	12.0	68.0

「コミュニティ形成（オンライン）」について人口規模別にみると、「30 万人以上 50 万人未満」および「50 万人以上」を除く全ての規模において＜未実施（今後取り組む予定なし）＞が 8 割超と高い割合を占めている。

コミュニティ形成（オンライン）（調査数：実数、横％）

		調査数	実施している	未実施（今後 取り組む予 定／取り組 みたい）	未実施（今後 取り組む予 定なし）
全体		792	3.7	12.1	84.2
人 口 規 模	1万人未満	99	2.0	11.1	86.9
	1万人以上5万人未満	336	1.8	11.3	86.9
	5万人以上10万人未満	158	2.5	11.4	86.1
	10万人以上30万人未満	140	5.0	14.3	80.7
	30万人以上50万人未満	34	14.7	17.6	67.6
	50万人以上	25	20.0	12.0	68.0

「キャリア形成支援（相談窓口）」について人口規模別にみると、規模が大きくなるほど＜実施している＞の割合が概ね高くなっている。

キャリア形成支援（相談窓口）

（調査数：実数、横％）

		調査数	実施している	未実施（今後 取り組む予 定／取り組 みたい）	未実施（今後 取り組む予 定なし）
全体		793	17.2	12.7	70.1
人 口 規 模	1万人未満	99	9.1	16.2	74.7
	1万人以上5万人未満	336	13.4	11.0	75.6
	5万人以上10万人未満	158	20.9	15.8	63.3
	10万人以上30万人未満	141	20.6	12.1	67.4
	30万人以上50万人未満	34	29.4	14.7	55.9
	50万人以上	25	40.0	4.0	56.0

「イベント開催（創業フォーラム・起業家講演会等）」について人口規模別にみると、「30 万人以上 50 万人未満」および「50 万人以上」では＜実施している＞が 5 割前後と、他の規模に比べて高い割合を占めている。

イベント開催（創業フォーラム・起業家講演会等）

（調査数：実数、横％）

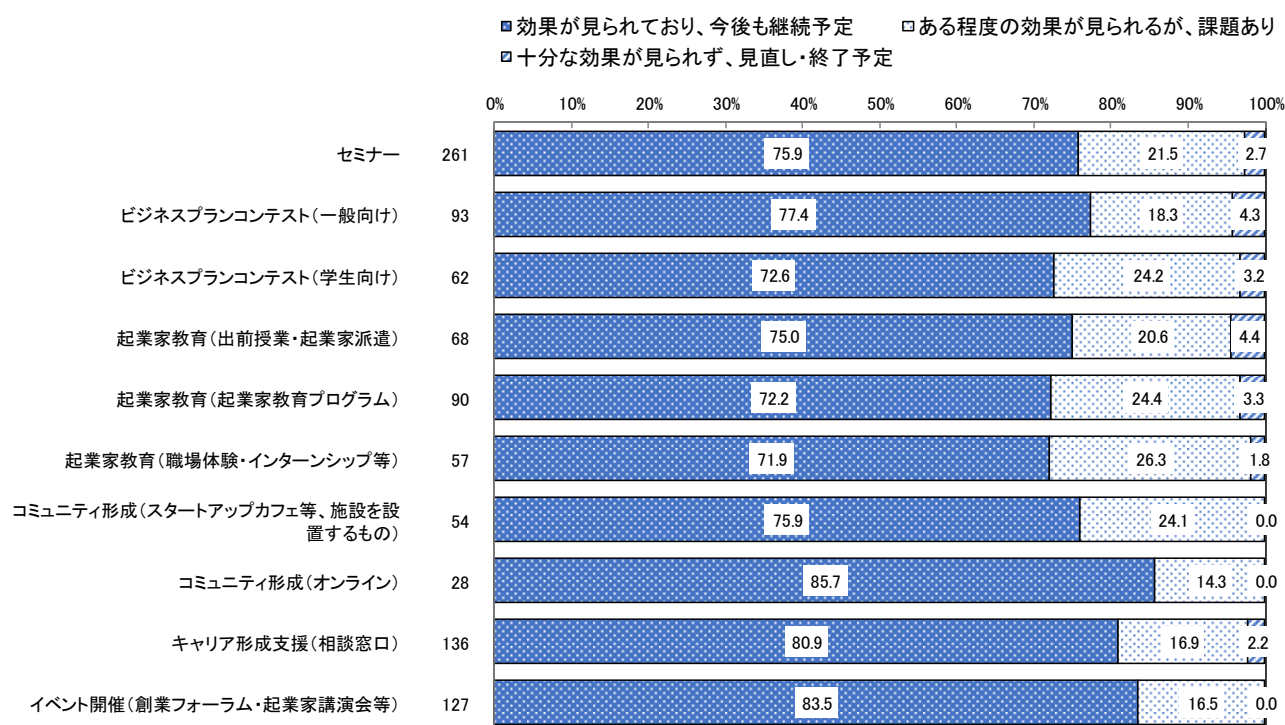
		調査数	実施している	未実施（今後 取り組む予 定／取り組 みたい）	未実施（今後 取り組む予 定なし）
全体		797	16.1	16.9	67.0
人 口 規 模	1万人未満	100	4.0	16.0	80.0
	1万人以上5万人未満	336	10.1	16.4	73.5
	5万人以上10万人未満	160	16.3	19.4	64.4
	10万人以上30万人未満	141	24.1	17.0	58.9
	30万人以上50万人未満	35	51.4	17.1	31.4
	50万人以上	25	48.0	12.0	40.0

(3) 創業機運醸成事業の効果

創業機運醸成事業の効果は、全ての事業において＜効果が見られており、今後も継続予定＞が7割超～8割半ばと高い割合を占めている。「コミュニティ形成（オンライン）」が85.7%と最も高く、続いて「イベント開催（創業フォーラム・起業家講演会等）」が83.5%、「キャリア形成支援（相談窓口）」が80.9%と続いた。

また、＜ある程度の効果が見られるが、課題あり＞は「起業家教育（職場体験・インターンシップ等）」が26.3%と最も高く、続いて「起業家教育（起業家教育プログラム）」が24.4%、「ビジネスプランコンテスト（学生向け）」が24.2%と続いた。

なお、＜十分な効果が見られず、見直し・終了予定＞は「起業家教育（出前授業・起業家派遣）」が4.4%で最も高く、続いて「ビジネスプランコンテスト（一般向け）」が4.3%、「起業家教育（起業家教育プログラム）」が3.3%で続いた。



【クロス集計】

「セミナー」について人口規模別にみると、「30 万人以上 50 万人未満」を除く全ての規模において＜効果が見られており、今後も継続予定＞が 7 割台と高い割合を占めている。

セミナー

(調査数:実数、横%)

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		261	75.9	21.5	2.7
人口規模	1万人未満	12	75.0	25.0	－
	1万人以上5万人未満	90	77.8	22.2	－
	5万人以上10万人未満	55	74.5	21.8	3.6
	10万人以上30万人未満	70	77.1	17.1	5.7
	30万人以上50万人未満	20	65.0	30.0	5.0
	50万人以上	14	78.6	21.4	－

「ビジネスプランコンテスト（一般向け）」について人口規模別にみると、＜効果が見られており、今後も継続予定＞は「5 万人以上 10 万人未満」が 9 割強、「10 万人以上 30 万人未満」が 8 割強と、他の規模に比べて高い割合を占めている。

ビジネスプランコンテスト(一般向け)

(調査数:実数、横%)

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		93	77.4	18.3	4.3
人口規模	1万人未満	1	100.0	－	－
	1万人以上5万人未満	27	74.1	22.2	3.7
	5万人以上10万人未満	15	93.3	－	6.7
	10万人以上30万人未満	29	82.8	13.8	3.4
	30万人以上50万人未満	11	63.6	27.3	9.1
	50万人以上	10	60.0	40.0	－

「ビジネスプランコンテスト（学生向け）」について人口規模別にみると、「5 万人以上 10 万人未満」および「10 万人以上 30 万人未満」では＜効果が見られており、今後も継続予定＞が 8 割超と、他の規模に比べて高い割合を占めている。

ビジネスプランコンテスト(学生向け)

(調査数:実数、横%)

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		62	72.6	24.2	3.2
人口規模	1万人未満	—	—	—	—
	1万人以上5万人未満	11	63.6	36.4	—
	5万人以上10万人未満	11	81.8	18.2	—
	10万人以上30万人未満	20	80.0	15.0	5.0
	30万人以上50万人未満	13	61.5	30.8	7.7
	50万人以上	7	71.4	28.6	—

「起業家教育（出前授業・起業家派遣）」について人口規模別にみると、「1 万人以上 5 万人未満」および「50 万人以上」では＜効果が見られており、今後も継続予定＞が 8 割超と、他の規模に比べて高い割合を占めている。

起業家教育(出前授業・起業家派遣)

(調査数:実数、横%)

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		68	75.0	20.6	4.4
人口規模	1万人未満	4	50.0	50.0	—
	1万人以上5万人未満	18	83.3	16.7	—
	5万人以上10万人未満	13	76.9	7.7	15.4
	10万人以上30万人未満	16	68.8	25.0	6.3
	30万人以上50万人未満	7	71.4	28.6	—
	50万人以上	10	80.0	20.0	—

「起業家教育（起業家教育プログラム）」について人口規模別にみると、「10 万人以上 30 万人未満」および「50 万人以上」では＜効果が見られており、今後も継続予定＞が 8 割と、他の規模に比べて高い割合を占めている。

起業家教育(起業家教育プログラム)

(調査数:実数、横%)

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		90	72.2	24.4	3.3
人口規模	1万人未満	2	100.0	—	—
	1万人以上5万人未満	25	76.0	24.0	—
	5万人以上10万人未満	20	60.0	35.0	5.0
	10万人以上30万人未満	25	80.0	20.0	—
	30万人以上50万人未満	8	50.0	25.0	25.0
	50万人以上	10	80.0	20.0	—

「起業家教育（職場体験・インターンシップ等）」について人口規模別にみると、「1 万人以上 5 万人未満」ではくある程度の効果が見られるが、課題あり> が 3 割半ばと、他の規模に比べて高い割合を占めている。

起業家教育（職場体験・インターンシップ等）

（調査数：実数、横％）

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		57	71.9	26.3	1.8
人口規模	1万人未満	3	100.0	－	－
	1万人以上5万人未満	23	60.9	34.8	4.3
	5万人以上10万人未満	7	85.7	14.3	－
	10万人以上30万人未満	15	80.0	20.0	－
	30万人以上50万人未満	5	60.0	40.0	－
	50万人以上	4	75.0	25.0	－

「コミュニティ形成（スタートアップカフェ等、施設を設置するもの）」について人口規模別にみると、「10 万人以上 30 万人未満」ではく効果が見られており、今後も継続予定> が 8 割半ばと、他の規模に比べて高い割合を占めている。

コミュニティ形成（スタートアップカフェ等、施設を設置するもの）

（調査数：実数、横％）

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		54	75.9	24.1	－
人口規模	1万人未満	2	100.0	－	－
	1万人以上5万人未満	12	75.0	25.0	－
	5万人以上10万人未満	5	60.0	40.0	－
	10万人以上30万人未満	22	86.4	13.6	－
	30万人以上50万人未満	8	62.5	37.5	－
	50万人以上	5	60.0	40.0	－

「コミュニティ形成（オンライン）」について人口規模別にみると、クロス集計結果は下記のとおりであるが、回答数が少ないため結果は参考値とする。

コミュニティ形成（オンライン）

（調査数：実数、横％）

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		28	85.7	14.3	－
人口規模	1万人未満	2	100.0	－	－
	1万人以上5万人未満	6	83.3	16.7	－
	5万人以上10万人未満	3	66.7	33.3	－
	10万人以上30万人未満	7	100.0	－	－
	30万人以上50万人未満	5	80.0	20.0	－
	50万人以上	5	80.0	20.0	－

「キャリア形成支援（相談窓口）」について人口規模別にみると、「1万人未満」を除く全ての規模において＜効果が
見られており、今後も継続予定＞が7割～約9割と高い割合を占めている。

キャリア形成支援（相談窓口）

（調査数：実数、横％）

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		136	80.9	16.9	2.2
人口規模	1万人未満	9	55.6	33.3	11.1
	1万人以上5万人未満	45	88.9	8.9	2.2
	5万人以上10万人未満	33	75.8	21.2	3.0
	10万人以上30万人未満	29	86.2	13.8	—
	30万人以上50万人未満	10	70.0	30.0	—
	50万人以上	10	80.0	20.0	—

「イベント開催（創業フォーラム・起業家講演会等）」について人口規模別にみると、「10万人以上30万人未満」では＜効果が見られており、今後も継続予定＞が93.9%と、他の規模に比べて高い割合を占めている。

イベント開催（創業フォーラム・起業家講演会等）

（調査数：実数、横％）

		調査数	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
全体		127	83.5	16.5	—
人口規模	1万人未満	4	75.0	25.0	—
	1万人以上5万人未満	34	85.3	14.7	—
	5万人以上10万人未満	26	80.8	19.2	—
	10万人以上30万人未満	33	93.9	6.1	—
	30万人以上50万人未満	18	77.8	22.2	—
	50万人以上	12	66.7	33.3	—

(4) 創業機運醸成事業の取組の課題

創業機運醸成事業の取組の課題は、「コミュニティ形成（スタートアップカフェ等、施設を設置するもの）」を除く全ての事業において＜実施効果の把握・捕捉＞が最も高くなっている（「起業家教育（職場体験・インターンシップ等）」は＜企画・カリキュラム内容＞と同率）。「ビジネスプランコンテスト（一般向け）」が 64.7%と最も高く、続いて「起業家教育（出前授業・起業家派遣）」が 57.1%、「起業家教育（起業家教育プログラム）」が 54.5%と続いた。

また、＜企画・カリキュラム内容＞は「起業家教育（職場体験・インターンシップ等）」が 40.0%、＜運営ノウハウ＞は「コミュニティ形成（スタートアップカフェ等、施設を設置するもの）」が 38.5%と他の事業に比べて割合が高くなっている。

（調査数：実数、横％）

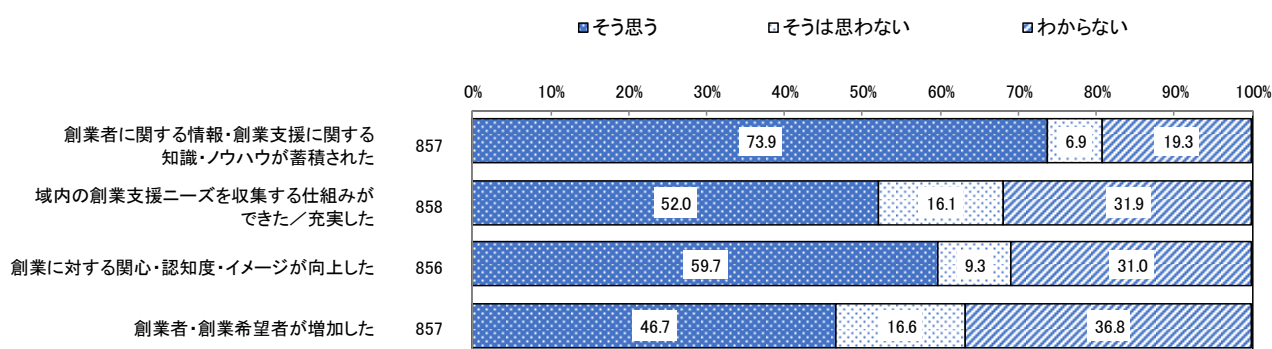
	調査数	企画・カリキュラム内容	運営ノウハウ	講師・ファンリレーター等の確保	予算措置・実施体制の確保	広報・周知	実施効果の把握・捕捉
セミナー	56	16.1	3.6	5.4	8.9	25.0	41.1
ビジネスプランコンテスト(一般向け)	17	5.9	17.6	—	—	11.8	64.7
ビジネスプランコンテスト(学生向け)	15	20.0	20.0	6.7	6.7	6.7	40.0
起業家教育(出前授業・起業家派遣)	14	21.4	—	—	14.3	7.1	57.1
起業家教育(起業家教育プログラム)	22	18.2	—	—	18.2	9.1	54.5
起業家教育(職場体験・インターンシップ等)	15	40.0	6.7	6.7	6.7	—	40.0
コミュニティ形成(スタートアップカフェ等、施設を設置するもの)	13	15.4	38.5	7.7	15.4	—	23.1
コミュニティ形成(オンライン)	4	—	25.0	—	25.0	—	50.0
キャリア形成支援(相談窓口)	23	4.3	17.4	—	17.4	17.4	43.5
イベント開催(創業フォーラム・起業家講演会等)	21	19.0	4.8	9.5	14.3	19.0	33.3

3.3 創業支援等事業計画の認定・実施による効果、課題、支援ニーズ

(1) 実施の効果

実施の効果については、「創業者に関する情報・創業支援に関する知識・ノウハウが蓄積された」では<そう思う>が73.9%と高い割合を占めている。一方、「創業者・創業希望者が増加した」では<そう思う>が46.7%と半数を下回っている。

① 実施の効果について



「創業者に関する情報・創業支援に関する知識・ノウハウが蓄積された」について人口規模別にみると、「1 万人未満」および「1 万人以上 5 万人未満」を除く全ての規模において<そう思う>が8割～約9割と高い割合を占めている。また、「1 万人未満」では<そうは思わない>が15.6%と、他の規模に比べて割合が高くなっている。

創業者に関する情報・創業支援に関する知識・ノウハウが蓄積された

(調査数: 実数、横%)

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		857	73.9	6.9	19.3
人口規模	1万人未満	109	47.7	15.6	36.7
	1万人以上5万人未満	362	70.2	8.8	21.0
	5万人以上10万人未満	172	83.7	2.3	14.0
	10万人以上30万人未満	149	86.6	3.4	10.1
	30万人以上50万人未満	40	80.0	2.5	17.5
	50万人以上	25	88.0	—	12.0

「域内の創業支援ニーズを収集する仕組みができた／充実した」について人口規模別にみると、「1 万人未満」では<そう思う>が3割と、他の規模に比べて特に割合が低くなっている。

域内の創業支援ニーズを収集する仕組みができた／充実した (調査数:実数、横%)

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		858	52.0	16.1	31.9
人口規模	1万人未満	110	30.0	20.0	50.0
	1万人以上5万人未満	362	51.1	17.7	31.2
	5万人以上10万人未満	172	54.7	13.4	32.0
	10万人以上30万人未満	149	63.8	14.8	21.5
	30万人以上50万人未満	40	60.0	17.5	22.5
	50万人以上	25	60.0	-	40.0

「創業に対する関心・認知度・イメージが向上した」について人口規模別にみると、「1 万人未満」では<そう思う>が40.4%と、他の規模に比べて割合が低くなっている。

創業に対する関心・認知度・イメージが向上した (調査数:実数、横%)

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		856	59.7	9.3	31.0
人口規模	1万人未満	109	40.4	17.4	42.2
	1万人以上5万人未満	361	55.4	10.0	34.6
	5万人以上10万人未満	172	66.3	5.8	27.9
	10万人以上30万人未満	149	72.5	7.4	20.1
	30万人以上50万人未満	40	70.0	10.0	20.0
	50万人以上	25	68.0	-	32.0

「創業者・創業希望者が増加した」について人口規模別にみると、「1 万人未満」では<そう思う>が2割半ばと、他の規模に比べて割合が低くなっている。

創業者・創業希望者が増加した (調査数:実数、横%)

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		857	46.7	16.6	36.8
人口規模	1万人未満	110	26.4	29.1	44.5
	1万人以上5万人未満	362	43.4	19.9	36.7
	5万人以上10万人未満	171	50.3	12.3	37.4
	10万人以上30万人未満	149	59.7	8.7	31.5
	30万人以上50万人未満	40	60.0	10.0	30.0
	50万人以上	25	60.0	-	40.0

「域内における創業機運醸成の取り組みが活性化した」について人口規模別にみると、「1 万人未満」では<そう思う>が 10.1%と、他の規模に比べて割合が低くなっている。

域内における創業機運醸成の取り組みが活性化した (調査数:実数、横%)

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		856	28.5	23.0	48.5
人口規模	1万人未満	109	10.1	28.4	61.5
	1万人以上5万人未満	361	23.5	27.1	49.3
	5万人以上10万人未満	172	30.2	19.8	50.0
	10万人以上30万人未満	149	45.0	16.1	38.9
	30万人以上50万人未満	40	47.5	15.0	37.5
	50万人以上	25	40.0	16.0	44.0

「域内における創業支援の取り組みが活性化した」について人口規模別にみると、「1 万人未満」では<そう思う>が 32.1%と、他の規模に比べて割合が低くなっている。

域内における創業支援の取り組みが活性化した (調査数:実数、横%)

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		857	60.2	10.9	28.9
人口規模	1万人未満	109	32.1	19.3	48.6
	1万人以上5万人未満	362	56.1	13.8	30.1
	5万人以上10万人未満	172	65.1	7.0	27.9
	10万人以上30万人未満	149	77.9	4.7	17.4
	30万人以上50万人未満	40	72.5	2.5	25.0
	50万人以上	25	84.0	8.0	8.0

「域内における創業支援者の連携・ネットワークが拡大・強化された」について人口規模別にみると、「1 万人未満」では<そう思う>が 32.1%と、他の規模に比べて割合が低くなっている。

域内における創業支援者の連携・ネットワークが拡大・強化された (調査数:実数、横%)

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		857	56.6	13.1	30.3
人口規模	1万人未満	109	32.1	19.3	48.6
	1万人以上5万人未満	362	52.2	14.6	33.1
	5万人以上10万人未満	172	60.5	10.5	29.1
	10万人以上30万人未満	149	71.8	8.7	19.5
	30万人以上50万人未満	40	70.0	15.0	15.0
	50万人以上	25	88.0	4.0	8.0

「貴組織における創業支援施策の重要度が高まった」について人口規模別にみると、「1 万人未満」では<そう思う>が 34.3%と、他の規模に比べて割合が低くなっている。

貴組織における創業支援施策の重要度が高まった (調査数:実数、横%)

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		856	57.9	13.0	29.1
人口規模	1万人未満	108	34.3	17.6	48.1
	1万人以上5万人未満	362	57.2	13.5	29.3
	5万人以上10万人未満	172	59.9	13.4	26.7
	10万人以上30万人未満	149	70.5	8.7	20.8
	30万人以上50万人未満	40	65.0	15.0	20.0
	50万人以上	25	72.0	4.0	24.0

「貴組織における創業支援施策の実施体制が充実した（人材面/財源面）」について人口規模別にみると、「1 万人未満」では<そう思う>が 20.4%と、他の規模に比べて割合が低くなっている。

貴組織における創業支援施策の実施体制が充実した（人材面／財源面） (調査数:実数、横%)

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		855	31.5	39.1	29.5
人口規模	1万人未満	108	20.4	37.0	42.6
	1万人以上5万人未満	362	28.2	38.4	33.4
	5万人以上10万人未満	171	34.5	38.6	26.9
	10万人以上30万人未満	149	39.6	39.6	20.8
	30万人以上50万人未満	40	40.0	47.5	12.5
	50万人以上	25	44.0	44.0	12.0

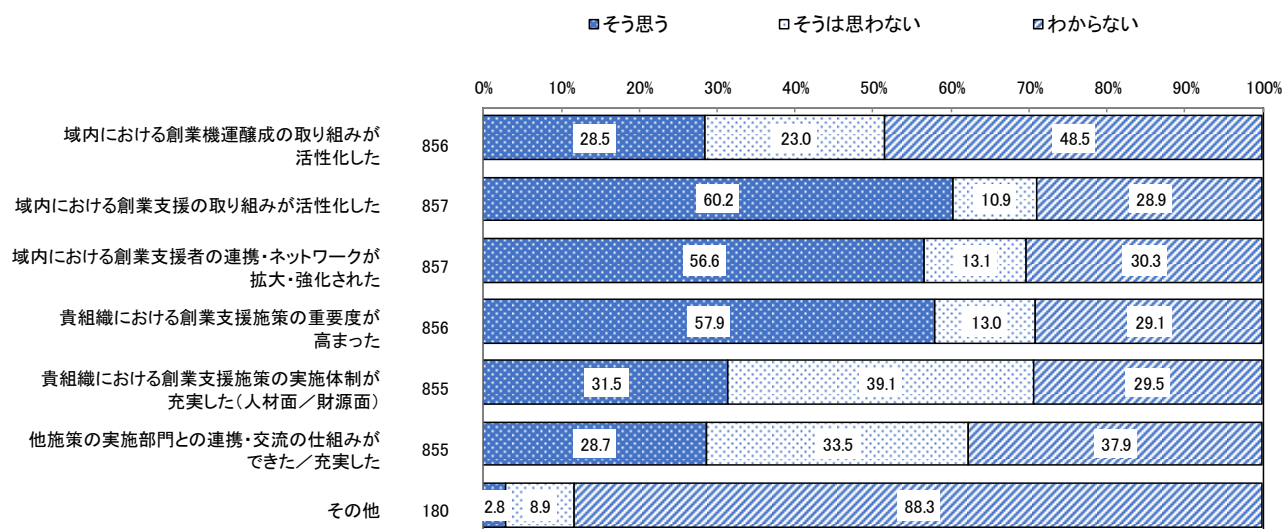
「他施策の実施部門との連携・交流の仕組みができた／充実した」について人口規模別にみると、「50 万人以上」では<そう思う>が 56.0%と半数を超えている。

他施策の実施部門との連携・交流の仕組みができた／充実した (調査数:実数、横%)

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		855	28.7	33.5	37.9
人口規模	1万人未満	109	18.3	33.0	48.6
	1万人以上5万人未満	361	28.8	30.5	40.7
	5万人以上10万人未満	172	23.3	37.2	39.5
	10万人以上30万人未満	148	32.4	37.8	29.7
	30万人以上50万人未満	40	47.5	37.5	15.0
	50万人以上	25	56.0	20.0	24.0

② 計画の実施体制について

計画の実施体制については、「域内における創業支援の取り組みが活性化した」、「域内における創業支援者の連携・ネットワークが拡大・強化された」および「貴組織における創業支援施策の重要度が高まった」ではくそう思う> が 5 割半ば～6 割超と半数を超えている。また、「貴組織における創業支援施策の実施体制が充実した（人材面／財源面）」および「他施策の実施部門との連携・交流の仕組みができた／充実した」ではくそうは思わない> がくそう思う> の割合を上回っている。



【クロス集計】

「域内における創業機運醸成の取り組みが活性化した」について人口規模別にみると、「1 万人未満」および「1 万人以上 5 万人未満」では＜そうは思わない＞が＜そう思う＞の割合を上回っている。

域内における創業機運醸成の取り組みが活性化した (調査数:実数、横%)

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		856	28.5	23.0	48.5
人口規模	1万人未満	109	10.1	28.4	61.5
	1万人以上5万人未満	361	23.5	27.1	49.3
	5万人以上10万人未満	172	30.2	19.8	50.0
	10万人以上30万人未満	149	45.0	16.1	38.9
	30万人以上50万人未満	40	47.5	15.0	37.5
	50万人以上	25	40.0	16.0	44.0

「域内における創業支援の取り組みが活性化した」について人口規模別にみると、「1 万人未満」では＜そう思う＞が 32.1%と半数を大幅に下回っている。また、規模が大きくなるほど＜そう思う＞の割合が概ね高くなっている。

域内における創業支援の取り組みが活性化した (調査数:実数、横%)

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		857	60.2	10.9	28.9
人口規模	1万人未満	109	32.1	19.3	48.6
	1万人以上5万人未満	362	56.1	13.8	30.1
	5万人以上10万人未満	172	65.1	7.0	27.9
	10万人以上30万人未満	149	77.9	4.7	17.4
	30万人以上50万人未満	40	72.5	2.5	25.0
	50万人以上	25	84.0	8.0	8.0

「域内における創業支援者の連携・ネットワークが拡大・強化された」について人口規模別にみると、「1 万人未満」では＜そう思う＞が 32.1%と半数を大幅に下回っている。また、規模が大きくなるほど＜そう思う＞の割合が概ね高くなっている。

域内における創業支援者の連携・ネットワークが拡大・強化された (調査数:実数、横%)

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		857	56.6	13.1	30.3
人口規模	1万人未満	109	32.1	19.3	48.6
	1万人以上5万人未満	362	52.2	14.6	33.1
	5万人以上10万人未満	172	60.5	10.5	29.1
	10万人以上30万人未満	149	71.8	8.7	19.5
	30万人以上50万人未満	40	70.0	15.0	15.0
	50万人以上	25	88.0	4.0	8.0

「貴組織における創業支援施策の重要度が高まった」について人口規模別にみると、「1 万人未満」では<そう思う> が 34.3%と半数を大幅に下回っている。また、規模が大きくなるほど<そう思う> の割合が概ね高くなっている。

貴組織における創業支援施策の重要度が高まった (調査数:実数、横%)

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		856	57.9	13.0	29.1
人口規模	1万人未満	108	34.3	17.6	48.1
	1万人以上5万人未満	362	57.2	13.5	29.3
	5万人以上10万人未満	172	59.9	13.4	26.7
	10万人以上30万人未満	149	70.5	8.7	20.8
	30万人以上50万人未満	40	65.0	15.0	20.0
	50万人以上	25	72.0	4.0	24.0

「貴組織における創業支援施策の実施体制が充実した（人材面／財源面）」について人口規模別にみると、「10 万人以上 30 万人未満」および「50 万人以上」（ともに<そう思う> および<そうは思わない> が同率）を除く全ての規模において<そうは思わない> が<そう思う> の割合を上回っている。また、規模が大きくなるほど<そう思う> の割合が高くなっている。

貴組織における創業支援施策の実施体制が充実した（人材面／財源面） (調査数:実数、横%)

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		855	31.5	39.1	29.5
人口規模	1万人未満	108	20.4	37.0	42.6
	1万人以上5万人未満	362	28.2	38.4	33.4
	5万人以上10万人未満	171	34.5	38.6	26.9
	10万人以上30万人未満	149	39.6	39.6	20.8
	30万人以上50万人未満	40	40.0	47.5	12.5
	50万人以上	25	44.0	44.0	12.0

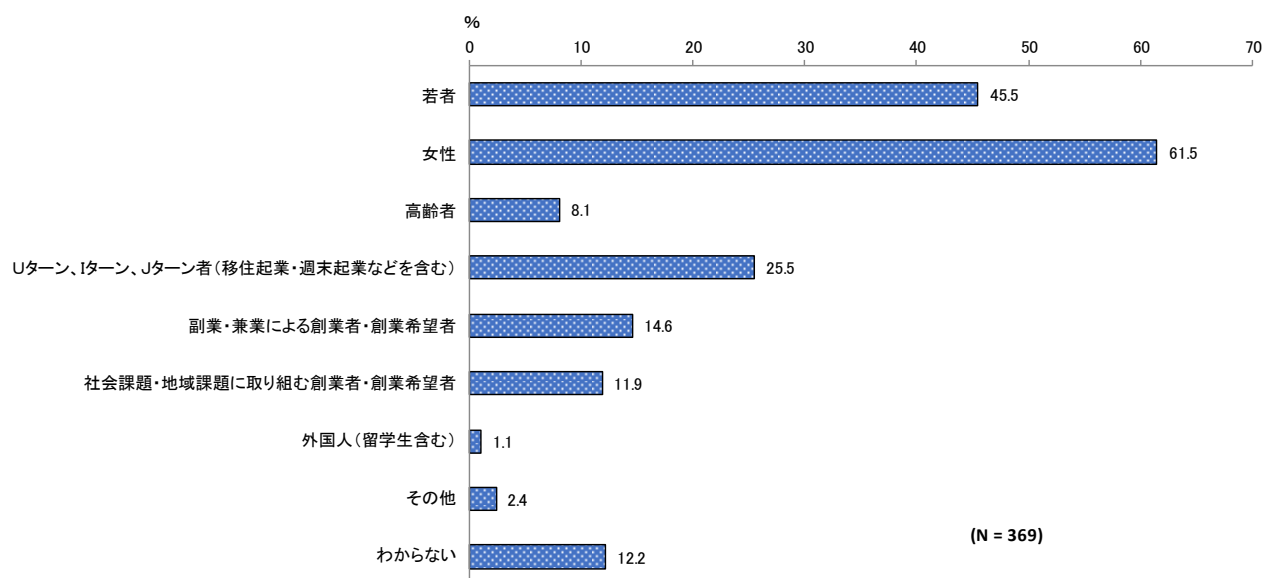
「他施策の実施部門との連携・交流の仕組みができた/充実した」について人口規模別にみると、「1 万人未満」では<そう思う> が 18.3%と 2 割を下回っている。また、規模が大きくなるほど<そう思う> の割合が概ね高くなっている。

他施策の実施部門との連携・交流の仕組みができた／充実した (調査数:実数、横%)

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		855	28.7	33.5	37.9
人口規模	1万人未満	109	18.3	33.0	48.6
	1万人以上5万人未満	361	28.8	30.5	40.7
	5万人以上10万人未満	172	23.3	37.2	39.5
	10万人以上30万人未満	148	32.4	37.8	29.7
	30万人以上50万人未満	40	47.5	37.5	15.0
	50万人以上	25	56.0	20.0	24.0

(2) 特に効果が現れている属性

特に効果が現れている属性については、「女性」が61.5%と最も高く、続いて「若者」が45.5%、「Uターン、Iターン、Jターン者（移住起業・週末起業などを含む）」が25.5%と続いた。



特に効果が現れている属性について人口規模別にみると、「1万人未満」を除く全ての規模において＜女性＞の割合が最も高くなっている。また、「1万人未満」では＜若者＞が72.0%、＜Uターン、Iターン、Jターン者（移住起業・週末起業などを含む）＞が56.0%、「50万人以上」では＜社会課題・地域課題に取り組む創業者・創業希望者＞が46.7%と、他の規模に比べて割合が特に高くなっている。

創業者・創業希望者のなかで、特に効果が現れてきている属性

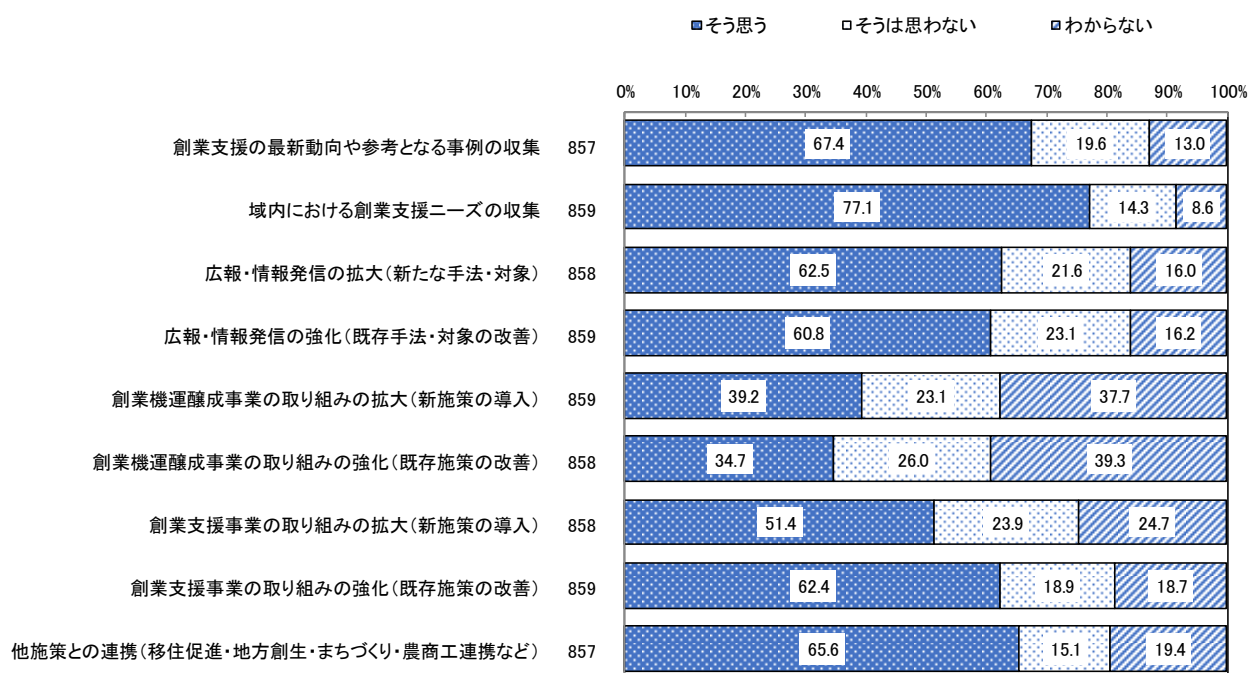
(調査数:実数、横%)

	調査数	若者	女性	高齢者	Uターン、Iターン、Jターン者(移住起業・週末起業などを含む)	副業・兼業による創業者・創業希望者	社会課題・地域課題に取り組む創業者・創業希望者	外国人(留学生含む)	その他	わからない
全体	369	45.5	61.5	8.1	25.5	14.6	11.9	1.1	2.4	12.2
人口規模										
1万人未満	25	72.0	48.0	4.0	56.0	16.0	12.0	—	4.0	8.0
1万人以上5万人未満	147	51.7	57.8	6.8	36.7	12.9	10.2	—	1.4	8.8
5万人以上10万人未満	79	46.8	67.1	8.9	16.5	8.9	8.9	—	3.8	12.7
10万人以上30万人未満	83	30.1	67.5	9.6	14.5	18.1	8.4	3.6	1.2	20.5
30万人以上50万人未満	20	30.0	55.0	20.0	5.0	30.0	25.0	5.0	5.0	5.0
50万人以上	15	40.0	66.7	—	—	20.0	46.7	—	6.7	13.3

(3) 課題

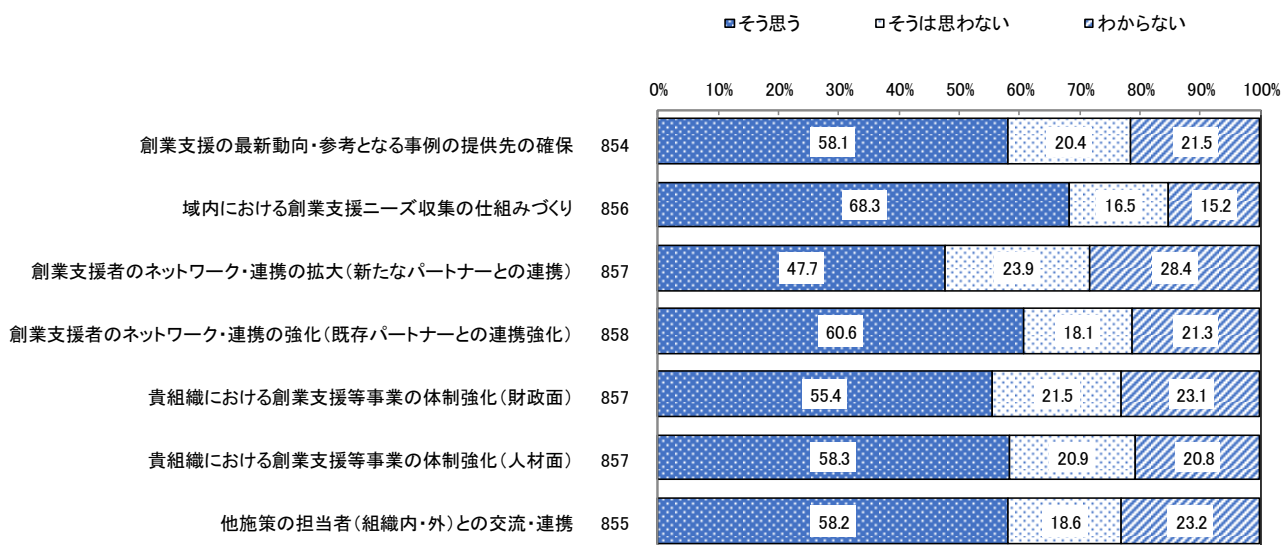
①取組について

取組についての課題は、「域内における創業支援ニーズの収集」では<そう思う>が77.1%と他の課題に比べて割合が高くなっている。また、「創業機運醸成事業の取り組みの拡大（新施策の導入）」および「創業機運醸成事業の取り組みの強化（既存施策の改善）」では<そう思う>がそれぞれ半数を下回っている。



②認定計画の実施体制について

認定計画の実施体制についての課題は、「域内における創業支援ニーズの収集の仕組みづくり」では<そう思う>が68.3%と、他の課題に比べて割合が高くなっている。また、「創業支援者のネットワーク・連携の拡大（新たなパートナーとの連携）」では<そう思う>が47.7%と半数を下回っている。



【クロス集計】

① 取組について

「創業支援の最新動向や参考となる事例の収集」について人口規模別にみると、全ての規模において＜そう思う＞が6割超～7割半ばと高い割合を占めている。

創業支援の最新動向や参考となる事例の収集 (調査数:実数、横%)

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		857	67.4	19.6	13.0
人口規模	1万人未満	110	61.8	17.3	20.9
	1万人以上5万人未満	361	65.9	19.1	15.0
	5万人以上10万人未満	173	67.6	21.4	11.0
	10万人以上30万人未満	148	73.6	19.6	6.8
	30万人以上50万人未満	40	67.5	22.5	10.0
	50万人以上	25	76.0	20.0	4.0

「域内における創業支援ニーズの収集」について人口規模別にみると、全ての規模において＜そう思う＞が約7割～9割超と高い割合を占めており、規模が大きくなるほど＜そう思う＞の割合が高くなっている。

域内における創業支援ニーズの収集 (調査数:実数、横%)

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		859	77.1	14.3	8.6
人口規模	1万人未満	110	70.9	13.6	15.5
	1万人以上5万人未満	362	75.7	14.4	9.9
	5万人以上10万人未満	173	77.5	15.0	7.5
	10万人以上30万人未満	149	80.5	15.4	4.0
	30万人以上50万人未満	40	82.5	15.0	2.5
	50万人以上	25	92.0	4.0	4.0

「広報・情報発信の拡大（新たな手法・対象）」について人口規模別にみると、「30万人以上50万人未満」および「50万人以上」では＜そう思う＞がそれぞれ7割半ばと、他の規模に比べて高い割合を占めている。

広報・情報発信の拡大（新たな手法・対象） (調査数:実数、横%)

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		858	62.5	21.6	16.0
人口規模	1万人未満	109	56.0	20.2	23.9
	1万人以上5万人未満	362	60.2	21.3	18.5
	5万人以上10万人未満	173	64.7	20.2	15.0
	10万人以上30万人未満	149	63.8	26.8	9.4
	30万人以上50万人未満	40	77.5	17.5	5.0
	50万人以上	25	76.0	16.0	8.0

「広報・情報発信の強化（既存手法・対象の改善）」について人口規模別にみると、規模が大きいほど＜そう思う＞の割合が概ね高くなっている。

広報・情報発信の強化（既存手法・対象の改善）（調査数：実数、横％）

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		859	60.8	23.1	16.2
人口規模	1万人未満	110	55.5	20.9	23.6
	1万人以上5万人未満	362	58.8	21.8	19.3
	5万人以上10万人未満	173	61.8	26.0	12.1
	10万人以上30万人未満	149	61.1	28.2	10.7
	30万人以上50万人未満	40	75.0	17.5	7.5
	50万人以上	25	80.0	8.0	12.0

「創業機運醸成事業の取り組みの拡大（新施策の導入）」について人口規模別にみると、規模が大きいほど＜そう思う＞の割合が概ね高くなっている。また、「5 万人以上 10 万人未満」では＜そうは思わない＞が 30.1%と、他の規模に比べて割合がやや高くなっている。

創業機運醸成事業の取り組みの拡大（新施策の導入）（調査数：実数、横％）

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		859	39.2	23.1	37.7
人口規模	1万人未満	110	31.8	14.5	53.6
	1万人以上5万人未満	362	37.3	22.4	40.3
	5万人以上10万人未満	173	34.7	30.1	35.3
	10万人以上30万人未満	149	47.0	24.2	28.9
	30万人以上50万人未満	40	55.0	20.0	25.0
	50万人以上	25	60.0	20.0	20.0

「創業機運醸成事業の取り組みの強化（既存施策の改善）」について人口規模別にみると、規模が大きくなるにつれて＜そう思う＞の割合が概ね高くなっている。

創業機運醸成事業の取り組みの強化（既存施策の改善）（調査数：実数、横％）

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		858	34.7	26.0	39.3
人口規模	1万人未満	110	26.4	13.6	60.0
	1万人以上5万人未満	361	32.7	24.7	42.7
	5万人以上10万人未満	173	31.2	33.5	35.3
	10万人以上30万人未満	149	42.3	29.5	28.2
	30万人以上50万人未満	40	50.0	30.0	20.0
	50万人以上	25	56.0	20.0	24.0

「創業支援事業の取り組みの拡大（新施策の導入）」について人口規模別にみると、規模が大きくなるにつれて＜そう思う＞の割合が概ね高くなっている。

創業支援事業の取り組みの拡大（新施策の導入）（調査数：実数、横％）

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		858	51.4	23.9	24.7
人口規模	1万人未満	110	45.5	15.5	39.1
	1万人以上5万人未満	361	49.9	22.2	28.0
	5万人以上10万人未満	173	48.6	28.9	22.5
	10万人以上30万人未満	149	55.7	29.5	14.8
	30万人以上50万人未満	40	62.5	25.0	12.5
	50万人以上	25	76.0	16.0	8.0

「創業支援事業の取り組みの強化（既存施策の改善）」について人口規模別にみると、規模が大きくなるほど＜そう思う＞の割合が概ね高くなっている。また、「30 万人以上 50 万人未満」および「50 万人以上」では＜そう思う＞がそれぞれ 8 割前後と、他の規模に比べて割合が高くなっている。

創業支援事業の取り組みの強化（既存施策の改善）（調査数：実数、横％）

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		859	62.4	18.9	18.7
人口規模	1万人未満	110	54.5	11.8	33.6
	1万人以上5万人未満	363	55.9	21.2	22.9
	5万人以上10万人未満	173	65.3	20.2	14.5
	10万人以上30万人未満	149	72.5	19.5	8.1
	30万人以上50万人未満	40	82.5	12.5	5.0
	50万人以上	24	79.2	12.5	8.3

「他施策との連携（移住促進・地方創生・まちづくり・農商工連携など）」について人口規模別にみると、「30 万人以上 50 万人未満」を除く全ての規模において＜そう思う＞がそれぞれ 6 割半ば～7 割となっている。また、「30 万人以上 50 万人未満」では＜そうは思わない＞が 27.5%と、他の規模に比べて割合が高くなっている。

他施策との連携（移住促進・地方創生・まちづくり・農商工連携など）（調査数：実数、横％）

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		857	65.6	15.1	19.4
人口規模	1万人未満	110	70.0	9.1	20.9
	1万人以上5万人未満	360	65.0	12.8	22.2
	5万人以上10万人未満	173	67.1	18.5	14.5
	10万人以上30万人未満	149	64.4	18.1	17.4
	30万人以上50万人未満	40	55.0	27.5	17.5
	50万人以上	25	68.0	12.0	20.0

② 認定計画の実施体制について

「創業支援の最新動向・参考となる事例の提供先の確保」について人口規模別にみると、全ての規模において＜そう思う＞の割合がそれぞれ 5 割超～7 割弱と半数を超えている。

創業支援の最新動向・参考となる事例の提供先の確保 (調査数:実数、横%)

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		854	58.1	20.4	21.5
人口規模	1万人未満	109	53.2	19.3	27.5
	1万人以上5万人未満	359	56.5	20.1	23.4
	5万人以上10万人未満	173	54.3	24.9	20.8
	10万人以上30万人未満	149	67.1	17.4	15.4
	30万人以上50万人未満	39	64.1	17.9	17.9
	50万人以上	25	64.0	20.0	16.0

「域内における創業支援ニーズ収集の仕組みづくり」について人口規模別にみると、規模が大きくなるほど＜そう思う＞の割合が概ね高くなっている。

域内における創業支援ニーズ収集の仕組みづくり (調査数:実数、横%)

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		856	68.3	16.5	15.2
人口規模	1万人未満	109	56.9	13.8	29.4
	1万人以上5万人未満	361	67.6	16.1	16.3
	5万人以上10万人未満	172	65.7	20.9	13.4
	10万人以上30万人未満	149	75.8	16.8	7.4
	30万人以上50万人未満	40	80.0	12.5	7.5
	50万人以上	25	84.0	8.0	8.0

「創業支援者のネットワーク・連携の拡大（新たなパートナーとの連携）」について人口規模別にみると、規模が大きくなるほど＜そう思う＞の割合が概ね高くなっている。また、「30 万人以上 50 万人未満」では＜そうは思わない＞が 32.5%と、他の規模に比べて割合がやや高くなっている。

創業支援者のネットワーク・連携の拡大（新たなパートナーとの連携）(調査数:実数、横%)

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		857	47.7	23.9	28.4
人口規模	1万人未満	109	34.9	22.0	43.1
	1万人以上5万人未満	361	45.4	22.2	32.4
	5万人以上10万人未満	173	50.3	26.0	23.7
	10万人以上30万人未満	149	53.0	26.8	20.1
	30万人以上50万人未満	40	52.5	32.5	15.0
	50万人以上	25	80.0	12.0	8.0

「創業支援者のネットワーク・連携の強化（既存パートナーとの連携強化）」について人口規模別にみると、規模が大きくなるほど＜そう思う＞の割合が概ね高くなっている。また、＜そう思う＞では「30 万人以上 50 万人未満」が 8 割、「50 万人以上」が 7 割半ばと、他の規模に比べて割合が高くなっている。

創業支援者のネットワーク・連携の強化（既存パートナーとの連携強化）

（調査数：実数、横％）

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		858	60.6	18.1	21.3
人口規模	1万人未満	109	48.6	13.8	37.6
	1万人以上5万人未満	362	58.0	16.0	26.0
	5万人以上10万人未満	173	61.3	22.0	16.8
	10万人以上30万人未満	149	67.1	22.1	10.7
	30万人以上50万人未満	40	80.0	15.0	5.0
	50万人以上	25	76.0	20.0	4.0

「貴組織における創業支援等事業の体制強化（財政面）」について人口規模別にみると、「1 万人未満」では＜そう思う＞が 5 割弱と半数を下回っている。

貴組織における創業支援等事業の体制強化（財政面）

（調査数：実数、横％）

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		857	55.4	21.5	23.1
人口規模	1万人未満	109	47.7	18.3	33.9
	1万人以上5万人未満	361	55.7	19.4	24.9
	5万人以上10万人未満	173	53.2	23.1	23.7
	10万人以上30万人未満	149	61.7	23.5	14.8
	30万人以上50万人未満	40	57.5	30.0	12.5
	50万人以上	25	60.0	28.0	12.0

「貴組織における創業支援等事業の体制強化（人材面）」について人口規模別にみると、＜そう思う＞が「30 万人以上 50 万人未満」では 7 割強、「50 万人以上」でも 7 割強と、他の規模に比べて割合が高くなっている。

貴組織における創業支援等事業の体制強化（人材面）

（調査数：実数、横％）

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		857	58.3	20.9	20.8
人口規模	1万人未満	110	53.6	14.5	31.8
	1万人以上5万人未満	360	58.9	19.7	21.4
	5万人以上10万人未満	173	53.8	24.9	21.4
	10万人以上30万人未満	149	59.7	25.5	14.8
	30万人以上50万人未満	40	72.5	20.0	7.5
	50万人以上	25	72.0	12.0	16.0

「他施策の担当者（組織内・外）との交流・連携」について人口規模別にみると、規模が大きくなるほど＜そう思う＞の割合が概ね高くなっている。また、「50 万人以上」では＜そう思う＞が 8 割と、他の規模に比べて割合が高くなっている。

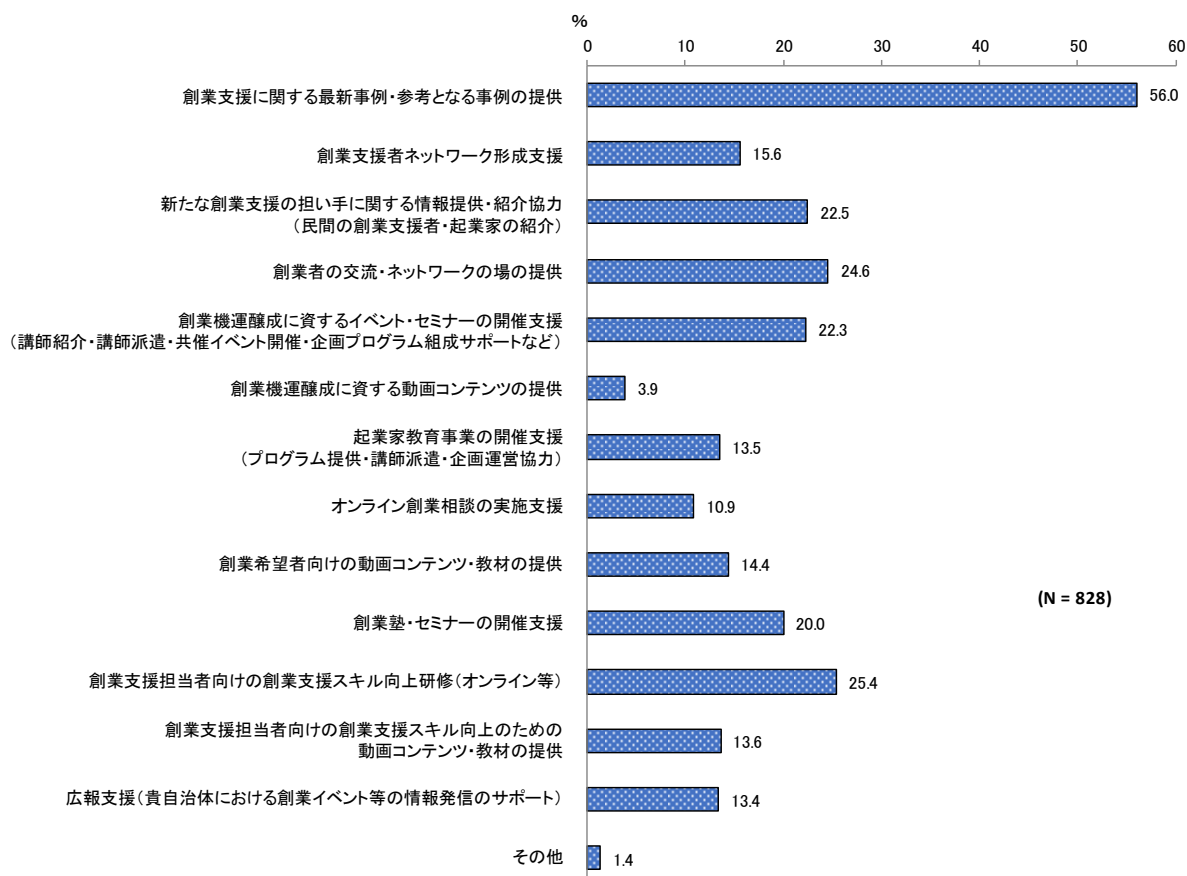
他施策の担当者（組織内・外）との交流・連携

（調査数：実数、横％）

		調査数	そう思う	そうは思わない	わからない
全体		855	58.2	18.6	23.2
人口規模	1万人未満	108	54.6	14.8	30.6
	1万人以上5万人未満	361	54.3	18.8	26.9
	5万人以上10万人未満	172	55.8	20.9	23.3
	10万人以上30万人未満	149	66.4	20.1	13.4
	30万人以上50万人未満	40	70.0	15.0	15.0
	50万人以上	25	80.0	12.0	8.0

(4) 今後利用を検討したいメニュー

「今後利用を検討したいメニュー」は、「創業支援に関する最新事例・参考となる事例の提供」が 56.0%と最も高く、続いて「創業支援担当者向けの創業支援スキル向上研修（オンライン等）」が 25.4%、「創業者の交流・ネットワークの場の提供」が 24.6%と続いた。



【クロス集計】

「具体的な施策として、貴認定市町村等において今後利用を検討したいメニュー」について人口規模別にみると、「1万人未満」では＜創業支援に関する最新事例・参考となる事例の提供＞が7割弱と他の規模に比べて割合が高くなっている。また、「30万人以上50万人未満」では＜創業機運醸成に資するイベント・セミナーの開催支援（講師紹介・講師派遣・共催イベント開催・企画プログラム組成サポートなど）＞が5割と半数を占め、他の規模に比べて割合が特に高くなっている。

（調査数：実数、横％）

	調査数	創業支援に関する最新事例・参考となる事例の提供	創業支援者ネットワーク形成支援	新たな創業支援の担い手に関する情報提供・紹介協力（民間の創業支援者・起業家の紹介）	創業者の交流・ネットワークの場の提供	創業機運醸成に資するイベント・セミナーの開催支援（講師紹介・講師派遣・共催イベント開催・企画プログラム組成サポートなど）	創業機運醸成に資する動画コンテンツの提供	起業家教育事業の開催支援（プログラム提供・講師派遣・企画運営協力）
全体	828	56.0	15.6	22.5	24.6	22.3	3.9	13.5
人口規模	1万人未満	106	68.9	15.1	25.5	17.9	12.3	1.9
	1万人以上5万人未満	345	54.5	12.8	23.5	19.7	19.4	4.6
	5万人以上10万人未満	169	53.3	16.6	21.9	30.8	23.1	3.0
	10万人以上30万人未満	144	57.6	17.4	17.4	27.8	27.1	4.2
	30万人以上50万人未満	40	52.5	17.5	22.5	37.5	50.0	2.5
	50万人以上	24	37.5	37.5	29.2	41.7	29.2	8.3

（調査数：実数、横％）

	調査数	オンライン創業相談の実施支援	創業希望者向けの動画コンテンツ・教材の提供	創業塾・セミナーの開催支援	創業支援担当者向けの創業支援スキル向上研修（オンライン等）	創業支援担当者向けの創業支援スキル向上のための動画コンテンツ・教材の提供	広報支援（貴自治体における創業イベント等の情報発信のサポート）	その他
全体	828	10.9	14.4	20.0	25.4	13.6	13.4	1.4
人口規模	1万人未満	106	9.4	12.3	18.9	28.3	15.1	12.3
	1万人以上5万人未満	345	12.2	15.7	22.3	26.4	13.3	12.5
	5万人以上10万人未満	169	13.0	14.8	18.3	23.1	17.2	13.0
	10万人以上30万人未満	144	9.7	16.0	19.4	26.4	11.1	14.6
	30万人以上50万人未満	40	2.5	2.5	17.5	20.0	10.0	22.5
	50万人以上	24	4.2	12.5	12.5	16.7	8.3	12.5

(5) 自由記述（創業を活性化させていくために必要なこと、ご意見、課題等）

人口規模：1万人未満

- 伴走型ビジネス支援、公設民営のビジネスコンサルタントである、ビジネスサポートセンター（BIZ モデル）を必要としている。バリューゾーンとして、単独市町村より、複数市町村（広域連合）で運営した方が、費用対効果が高い。広域連合で BIZ モデル研究会を立ち上げているが、市町村ごとに地域性があり行き詰っている。
- 開業後、顧客の確保や収益の確保など分析するための支援雇用につなげていくための人材確保と事業の拡大など、創業後のフォローアップの必要性を感じている。
- 当町のような小規模な認定市町村等にとって創業は重要ではあるがマンパワーを割くことが困難である。
- 創業することよりも、事業を継続させていくための伴走支援を重視している。地域内から起業家を募るのには限界があり、地域外から起業家を呼び込むような仕掛けをしなければならない。

人口規模：1万人以上 5万人未満

- 人口規模や産業構造が類似している認定市町村等で、創業が活性化しているところがあれば、その支援制度や取組を具体的に（担当者の働き方も含め）参考にできるようなツールがあれば良い。
- コロナ禍の影響で地方の経済は甚大な打撃を受けている。そのような中で、リスクを取って創業しようとする人は、非常に少なくなっている。創業支援を広く行おうとする場合、経済が回復基調にあり、人々の生活が安定してこない、創業を志す人（＝次のステージを目指す人）は多くならない。よって、現状では創業支援よりも、「今ある事業者の支援をどうすべきか」を考えることが優先されたいと考える。
- 好立地の空き店舗の確保・創業者の人材育成環境の基盤確立。
- 地域経済活性化の方策として創業支援の重要性は認識しているが、本町のような小規模認定市町村等ではハード（貸事務所やコワーキングスペースなど）、ソフト（役場としての体制、資金面からの支援）とも十分とは言えない。特にソフト面では、人的な体制の確保が難しく、国・県は当然のことながら商工会や金融機関などの認定支援機関との役割分担が重要であると考えている。町としては、認定市町村等でなければ提供できないもの、例えば実証のフィールド提供や町が抱える課題の公表などに特化した支援の重要性を感じている。
- 創業支援に関する財政的な支援。
- 既に地域における事業者では人手不足が大きな課題となっているため、創業を活性化させていくためには人材を島内外より確保する必要がある。
- 市役所への創業相談は、ほぼ補助金の問い合わせだが、長期的に創業者の力になるのは、計画力やネットワークだと感じている。商工会議所以外でアドバイザーとなる方の紹介や派遣などを地方にも行っていただきたい。
- ①認定市町村等による地域の空き家を活用したチャレンジショップ、シェアキッチン等の整備 →成功事例を提示することにより、民間企業による同様の取組を活性化したい。②認定市町村等の創業支援施策の推進に関して、官公庁に登録されている専門家の中期派遣（1プロジェクトにつき2～5年程度、地域資源調査～企画立案～施策推進～取組定着）を希望したい。③創業支援実施体制の強化・改善のための、官公庁に登録されている専門家の中期派遣（2～3年程度）を希望したい。
- 学生（中・高校生や大学生）向けの創業機運醸成に資するイベントやセミナー等を開催し、起業家教育を行う必要がある。
- 地域の利を生かした創業が必要と考えており、まずは、創業に関する基本的なノウハウ（担当職員の能力向上）、また、地元のメリット・デメリットを整理し、地域に根付く力強い創業を指導できる体制の構築が必要と考えている。

人口規模：5 万人以上 10 万人未満

- 中心市街地への出店を促進するための具体的な成功例があれば知りたい。
- 創業に関する施策に対する広報力が弱くセミナー等の集客に苦慮することが多い。広く広報できるような環境があると非常に嬉しい。
- 創業支援に関する各調査等の分析やサマリーの共有、これを基にした担当者向けの研修等の実施。起業家等、社会で活躍するビジネスリーダーの講演会の実施のサポートをしてほしい。
- 市街化調整区域における自宅開業のニーズが高まっている。自宅開業を促進するため、都市系部署に対し規制緩和策などを含んだ対応方針を示してほしい。企業社員および認定市町村等職員の副業が進めば、創業の活性化につながると考えられる。義務教育に起業家精神を高めるプログラムが積極的に位置づけられると創業機運が向上すると思われる。
- 市内において創業希望者は一定数おり、創業塾の受講者は毎回定員を超えている。令和 2 年度、3 年度については、オンラインを併用し実施したため、創業塾受講者同士のコミュニティ形成ができていないように感じる。同じ志を持つ者同士のコミュニティは重要であると考えており、課題であると認識している。
- 単独認定市町村等だけでなく、各支援機関との情報共有、協力が必要だと思う。
- 創業・起業のタイミングは人それぞれ。①創業・起業予定者がいつでも気軽に相談を受けられる場の提供、②各種セミナーやイベントを通じたノウハウの習得や人脈の広がり、③補助金等による支援策をより充実させる必要がある。創業して間もない方、創業を考えている方などが気軽に参加できる勉強会やイベントなどを、都市部だけではなく、地方でも開催してほしい。
- 計画上支援機関と情報共有、連携し支援していく形になっているが、当計画に対して支援機関との関係が「証明書発行のための関係性」でしかなく、情報共有、連携支援には程遠いと言える。

人口規模：10 万人以上 30 万人未満

- 予算が少なく、取り組める支援策に限りがある。又それぞれ民間企業主催のものに見劣りする。中々、自主財源も増やせない中、企業の協賛を得ている認定市町村等もあるが、そういった外部からの財源確保などの手法等学べる機会があったらと思う。（各地域の担当者を集めて成功事例の発表と共有の機会があっても面白い）
- 現在、主に市内の関係機関と定期的に創業支援に関する会議を開くなど連携の強化を図っているが、創業に関しては市内で完結する場合ばかりではないため、近隣認定市町村等など、広域的な連携も重要であるとする。
- 地域の実状にあった創業機運醸成プログラムを伴走型で支援していただきたい。
- 空き店舗など、創業のための物件を紹介できる仕組みがあれば創業件数も増える可能性があると考えているので、物件を紹介している事例があれば教えてほしい。
- SNS 等を駆使し、市外、県外、海外からの創業サポートを活性化していく必要があると思う。
- 本市独自の支援策を実施するにあたり、財源不足等の問題もあることから、国の補助制度等が創設されれば、より活発な支援策を実施していけるのではないかと考えている。
- 移住者に対する認定市町村等の創業支援策について、好事例があれば知りたい。
- 地域における実情を鑑みたときに、創業に対する夢は大きいのが現実味のない事業計画で創業し、継続可能性が乏しいケースや反面、支援をうまく得ることができず、案はあるが具現化できないケースが散見される。また、特にコロナ禍になってからは、自宅等でのひとり起業（創業）や副業としての創業等、地域密着型のスモールビジネスの台

頭が目立つ。しかしながら、国等の創業支援に関する案内や情報ではハードルが高い印象を受けると同時に、スモールビジネスもしくは副業としての創業の情報は少ない。当該情報の充実とともに、業種別の詳細な成功事例（タイムスケジュールや創業に際して利用した社会資源や行ったことを詳細に）等をデータベース（市域内では対象者数が少ないため広域で）で検索できるものがあればより現実味のある事業計画等をたてることができ、地域における創業の活性化につながるのではと感じた。

- 国、地方公共団体からの財政面での支援創業セミナーの講師派遣。
- 個人的には、地域における創業者コミュニティ・ネットワークの形成が重要と考えている。そのためには、民間の創業支援者の育成も必要と考える。認定市町村等内での予算獲得状況によって、創業支援に対する取り組み内容が左右されてしまう。
- 女性、高齢者の創業を支援し、成功事例を増加させることが地域の活性化に繋がるものとする。

人口規模：30 万人以上 50 万人未満

- 創業に関する知識を中学生等から教育する必要がある。事業や支援機関を連携させる仕組みが重要であるが、非常に困難である。
- より多くの支援希望者に、区の支援内容を知ってもらう機会を必要であると考えている。そのため、どのような手法が効果的かノウハウを教えていただいたり、実際にサポートしてもらいたい。
- 創業（開業）希望者の発掘事例（他市で特にプッシュ型で実施している取り組み）を知る機会があれば情報提供してほしい。上記に加えて、それらに対する効果的な周知方法等の先進事例を知りたい。
- 創業は失敗する可能性が高いため、再チャレンジの支援があるとチャレンジへのハードルが下がると思う。

人口規模：50 万人以上

- 市区町村内で創業を活性化するためには、起業家同士の交流できる場があることが重要だと考える。そのため、交流する場（コワーキングスペース、シェアオフィス、フォーラムなど）を企画、開設、運営を行う際の支援制度（例：資金面の支援やノウハウの提供）があった際には、活用を検討したい。

(6) ヒアリング調査結果（創業支援等事業計画の認定・実施による効果、課題）

【効果】

- 創業支援施策は相談窓口と創業塾セミナーを二本柱で行っている。セミナー後のアンケートでは満足度が高く、関心も高まっていると感じる。
- 創業塾は市の広報誌で PR するなど周知を頑張った効果もあり、参加者がここ数年増えている。これまでは創業塾の案内チラシを窓口を設置していただけ（来庁しないと目にすることはなかった）であったが、市の広報誌（全世帯に配布）に掲載することで目に留まりやすかったと思われる。コロナの影響でコロナ後に独立して創業を考えている人が増えている。

【課題】

- 相談窓口で、具体的な経営について相談される場合もあるが、創業支援担当者も経営の専門家ではないため、的確なアドバイスをすることが出来ない。また、創業支援セミナーに関しては、商工会で創業セミナーを開催しているが年に1回程度と少なく、今のような頻度では創業したいと思う人が必要なタイミングで参加できないことが課題であると考えている。
- 担当者は3、4年のタイミングで異動がある。現場ではOJTが難しく、前任者が培ったノウハウについて細かく引き継いでいない。
- 商店街（空き店舗対策）の開業支援をしている。商店街の魅力がなくなってきていて、実績も伸びない点が課題である。
- 異動に伴い担当者が一から知識を得る際のハードルが高いこと、小規模認定市町村等であり恒常的に人手が不足していること、それらに伴う他業務兼務等もあり創業者のニーズに対してスピード感や十分な知識をもって対応できていないことが内部課題と捉えている。
- 地域の実情に合ったセミナー内容の検討や他地区の事例を参考としたい考えはあるもののマンパワー不足によって手が回らないのが実態である。
- 創業塾は銀行が主体となって運営しているが、市に対して支援の要望があり、費用面で課題がある。講師の謝金を市が負担する場合がある。
- 市として独自の支援策を設けており、創業計画を策定し銀行の融資を受けることが補助金の支給要件となっているが、ハードルが高くなっている気がする。創業計画策定の時点で支援できるとよい。現在、商工会が支援対応を行っているが、創業者の人数が増えており、商工会以外で支援ができる機関があればよい。
- 創業の相談などはほぼ1人が担当しており、職員異動による引継ぎ等が課題となっている。
- 人口4万人程度の認定市町村等であり地元の振興開発基金や商工会議所、商工会とも比較的フランクな付き合いではあるが、先方も他業務で忙しいことからそれぞれマンパワー不足に陥っている印象。もうちょっと連携出来たほうがスポットではなく通年で打ち合わせや創業支援等が可能となるのではないかと感じる。
- 広域市町村での連携が必要だと思い、実際に研究会を立ち上げた。ただし、課題として、各市町村の温度差、各市長の危機感の違いがあった。それぞれ市町村が抱える問題、課題が違いため、足並みをそろえるのが難しい。

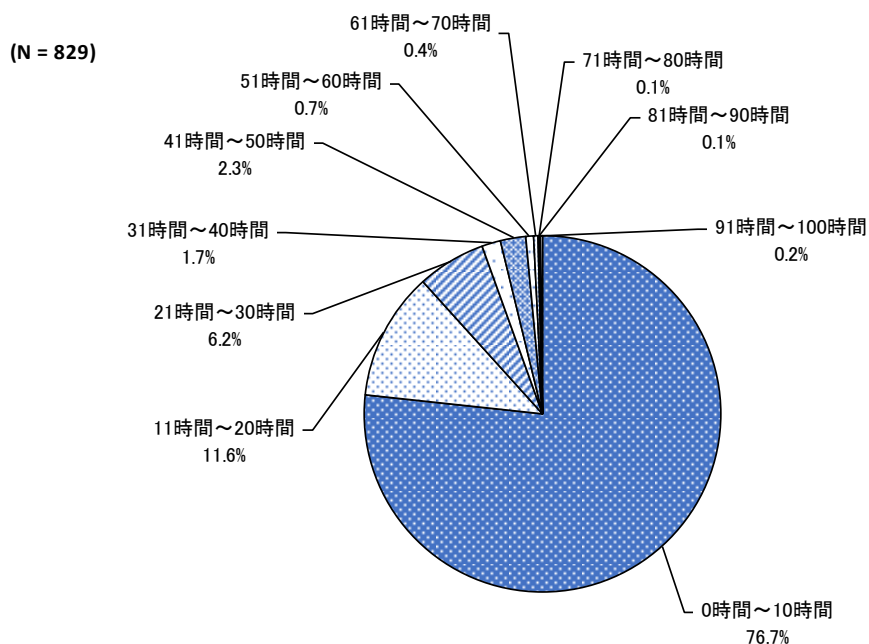
【ニーズのある支援】

- 中長期的スパンでの専門家の派遣があると助かる。伴走型のハンズオンで事業計画作成や創業機運醸成事業に携わるようなイメージ。
- ペーパーでの学びでは限界があり、オンラインミーティング形式の情報交換や包括的な場があれば知識を落とし込めるのではないかと感じている。

3.4 創業支援等事業における周知・情報発信

(1) 情報発信にかけている時間

創業支援にかけている時間を全体で 100 時間と考えた場合、「情報発信には何時間かけていますか」と尋ねたところ、「0 時間～10 時間」が 76.7%と最も高く、続いて「11 時間～20 時間」が 11.6%、「21 時間～30 時間」が 6.2%と続いた。



【クロス集計】

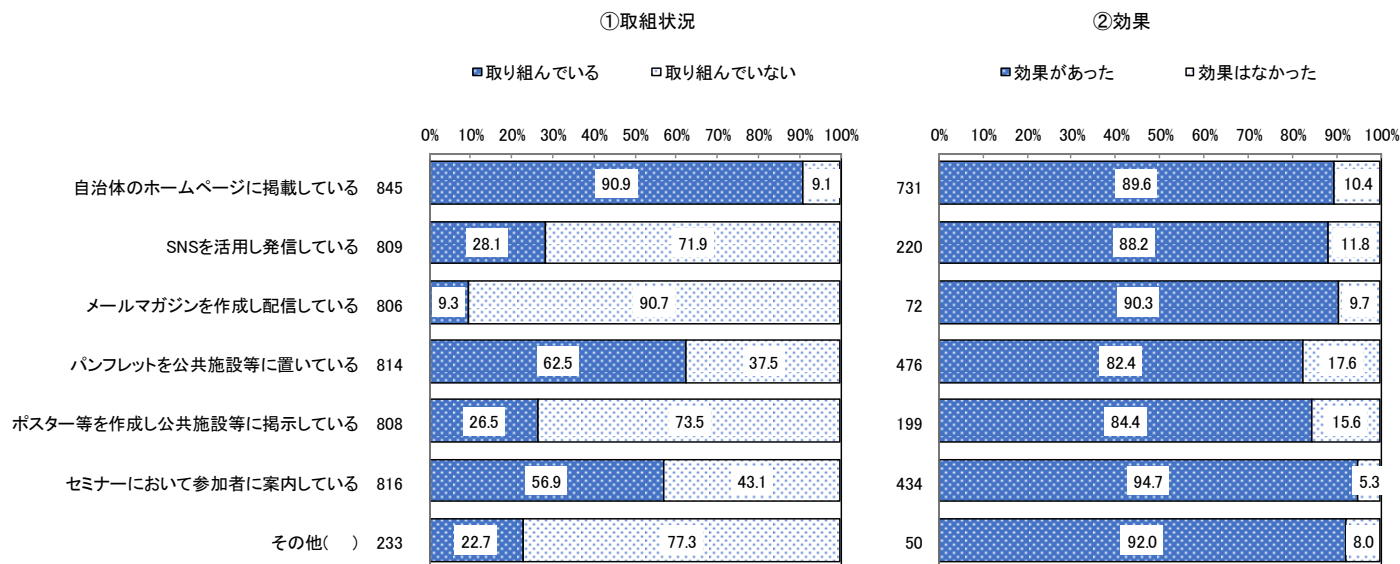
平均（時間）について人口規模別にみると、「5 万人以上 10 万人未満」が平均 14.2 時間と最も多く、続いて「50 万人以上」が平均 13.8 時間、「10 万人以上 30 万人未満」が平均 13.0 時間と続いた。

		調査数	平均(時間)
全体		829	11.7
人口規模	1万人未満	100	8.6
	1万人以上5万人未満	352	10.9
	5万人以上10万人未満	166	14.2
	10万人以上30万人未満	147	13.0
	30万人以上50万人未満	40	9.5
	50万人以上	24	13.8

(2) 情報発信の取組状況と効果

①取組状況については、＜取り組んでいる＞では「認定市町村等のホームページに掲載している」が 9 割強と最も高く、続いて「パンフレットを公共施設等に置いている」が 62.5%、「セミナーにおいて参加者に案内している」が 5 割半ばと続いた。

②効果については、＜効果があった＞が全ての取組内容において 8 割超～9 割半ばと高い割合を占めている。



【クロス集計】

「認定市町村等のホームページに掲載している／①取組状況」について人口規模別にみると、「1 万人未満」を除く全ての規模において＜取り組んでいる＞が 9 割弱～10 割と高い割合を占めている。

自治体のホームページに掲載している／①取組状況 (調査数:実数、横%)

		調査数	取り組んでいる	取り組んでいない
全体		845	90.9	9.1
人口規模	1万人未満	103	68.9	31.1
	1万人以上5万人未満	362	89.2	10.8
	5万人以上10万人未満	169	97.6	2.4
	10万人以上30万人未満	147	99.3	0.7
	30万人以上50万人未満	40	97.5	2.5
	50万人以上	24	100.0	—

「認定市町村等のホームページに掲載している／②効果」について人口規模別にみると、「1 万人未満」を除く全ての規模において＜効果があった＞が9 割弱～10 割弱と高い割合を占めている。

自治体のホームページに掲載している／②効果 (調査数:実数、横%)

		調査数	効果があつた	効果はなかった
全体		731	89.6	10.4
人口規模	1万人未満	67	71.6	28.4
	1万人以上5万人未満	307	87.6	12.4
	5万人以上10万人未満	160	91.9	8.1
	10万人以上30万人未満	137	98.5	1.5
	30万人以上50万人未満	37	94.6	5.4
	50万人以上	23	91.3	8.7

「SNS を活用し発信している／①取組状況」について人口規模別にみると、規模が大きくなるほど＜取り組んでいる＞の割合が高くなっており、「10 万人以上 30 万人未満」、「30 万人以上 50 万人未満」および「50 万人以上」では5 割超となっている。

SNSを活用し発信している／①取組状況 (調査数:実数、横%)

		調査数	取り組んでいる	取り組んでいない
全体		809	28.1	71.9
人口規模	1万人未満	101	6.9	93.1
	1万人以上5万人未満	345	18.6	81.4
	5万人以上10万人未満	159	30.8	69.2
	10万人以上30万人未満	142	51.4	48.6
	30万人以上50万人未満	39	53.8	46.2
	50万人以上	23	56.5	43.5

「SNS を活用し発信している／②効果」について人口規模別にみると、全ての規模において＜効果があった＞が8 割～9 割半ばと高い割合を占めている。

SNSを活用し発信している／②効果 (調査数:実数、横%)

		調査数	効果があつた	効果はなかった
全体		220	88.2	11.8
人口規模	1万人未満	7	85.7	14.3
	1万人以上5万人未満	63	82.5	17.5
	5万人以上10万人未満	48	91.7	8.3
	10万人以上30万人未満	69	94.2	5.8
	30万人以上50万人未満	20	80.0	20.0
	50万人以上	13	84.6	15.4

「メールマガジンを作成し配信している／①取組状況」について人口規模別にみると、規模が大きくなるほど＜取り組んでいる＞の割合が概ね高くなっており、「50万人以上」では4割強と、他の規模に比べて割合が高くなっている。

メールマガジンを作成し配信している／①取組状況 （調査数：実数、横％）

		調査数	取り組んでいる	取り組んでいない
全体		806	9.3	90.7
人口規模	1万人未満	102	2.0	98.0
	1万人以上5万人未満	343	1.7	98.3
	5万人以上10万人未満	159	10.1	89.9
	10万人以上30万人未満	140	20.7	79.3
	30万人以上50万人未満	39	30.8	69.2
	50万人以上	23	43.5	56.5

「メールマガジンを作成し配信している／②効果」について人口規模別にみると、全ての規模において＜効果があった＞が8割超～10割と高い割合を占めている。

メールマガジンを作成し配信している／②効果 （調査数：実数、横％）

		調査数	効果があった	効果はなかった
全体		72	90.3	9.7
人口規模	1万人未満	2	100.0	－
	1万人以上5万人未満	6	83.3	16.7
	5万人以上10万人未満	15	86.7	13.3
	10万人以上30万人未満	28	92.9	7.1
	30万人以上50万人未満	12	91.7	8.3
	50万人以上	9	88.9	11.1

「パンフレットを公共施設等に置いている／①取組状況」について人口規模別にみると、規模が大きくなるほど＜取り組んでいる＞の割合が概ね高くなっている。また、「1万人未満」では＜取り組んでいない＞が6割弱と＜取り組んでいる＞の割合を上回っている。

パンフレットを公共施設等に置いている／①取組状況 （調査数：実数、横％）

		調査数	取り組んでいる	取り組んでいない
全体		814	62.5	37.5
人口規模	1万人未満	102	40.2	59.8
	1万人以上5万人未満	345	56.2	43.8
	5万人以上10万人未満	161	67.7	32.3
	10万人以上30万人未満	144	79.9	20.1
	30万人以上50万人未満	39	79.5	20.5
	50万人以上	23	82.6	17.4

「パンフレットを公共施設等に置いている／②効果」について人口規模別にみると、「1万人未満」を除く全ての規模において＜効果があった＞が8割超～9割半ばと高い割合を占めている。また、「1万人未満」では＜効果はなかった＞が58.3%と＜効果があった＞の割合を上回っている。

パンフレットを公共施設等に置いている／②効果 (調査数:実数、横%)

		調査数	効果があった	効果はなかった
全体		476	82.4	17.6
人口規模	1万人未満	36	41.7	58.3
	1万人以上5万人未満	180	81.7	18.3
	5万人以上10万人未満	105	83.8	16.2
	10万人以上30万人未満	109	91.7	8.3
	30万人以上50万人未満	29	89.7	10.3
	50万人以上	17	94.1	5.9

「ポスター等を作成し公共施設等に掲示している／①取組状況」について人口規模別にみると、規模が大きくなるほど＜取り組んでいる＞の割合が高くなっている。

ポスター等を作成し公共施設等に掲示している／①取組状況 (調査数:実数、横%)

		調査数	取り組んでいる	取り組んでいない
全体		808	26.5	73.5
人口規模	1万人未満	102	10.8	89.2
	1万人以上5万人未満	343	20.1	79.9
	5万人以上10万人未満	160	33.8	66.3
	10万人以上30万人未満	141	38.3	61.7
	30万人以上50万人未満	39	41.0	59.0
	50万人以上	23	43.5	56.5

「ポスター等を作成し公共施設等に掲示している／②効果」について人口規模別にみると、「1万人未満」を除く全ての規模において＜効果があった＞が8割弱～10割と高い割合を占めている。

ポスター等を作成し公共施設等に掲示している／②効果 (調査数:実数、横%)

		調査数	効果があった	効果はなかった
全体		199	84.4	15.6
人口規模	1万人未満	9	55.6	44.4
	1万人以上5万人未満	65	78.5	21.5
	5万人以上10万人未満	50	84.0	16.0
	10万人以上30万人未満	50	92.0	8.0
	30万人以上50万人未満	15	100.0	—
	50万人以上	10	90.0	10.0

「セミナーにおいて参加者に案内している／①取組状況」について人口規模別にみると、「10 万人以上 30 万人未満」、「30 万人以上 50 万人未満」および「50 万人以上」では＜取り組んでいる＞が 8 割超～約 9 割と高い割合を占めている。

セミナーにおいて参加者に案内している／①取組状況（調査数：実数、横％）

		調査数	取り組んでいる	取り組んでいない
全体		816	56.9	43.1
人口規模	1万人未満	103	20.4	79.6
	1万人以上5万人未満	347	48.4	51.6
	5万人以上10万人未満	161	65.8	34.2
	10万人以上30万人未満	143	80.4	19.6
	30万人以上50万人未満	39	89.7	10.3
	50万人以上	23	82.6	17.4

「セミナーにおいて参加者に案内している／②効果」について人口規模別にみると、「1 万人未満」を除く全ての規模において＜効果があった＞が 9 割超～10 割と高い割合を占めている。

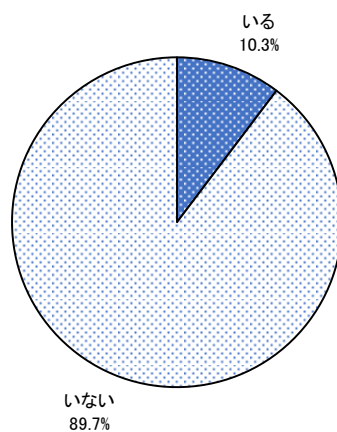
セミナーにおいて参加者に案内している／②効果（調査数：実数、横％）

		調査数	効果があった	効果はなかった
全体		434	94.7	5.3
人口規模	1万人未満	17	58.8	41.2
	1万人以上5万人未満	159	93.7	6.3
	5万人以上10万人未満	101	96.0	4.0
	10万人以上30万人未満	107	98.1	1.9
	30万人以上50万人未満	32	100.0	－
	50万人以上	18	100.0	－

(3) 情報発信に専従している職員

情報発信に専従している職員は、「いる」が 10.3%、「いない」が 89.7%となっている。

(N = 852)



【クロス集計】

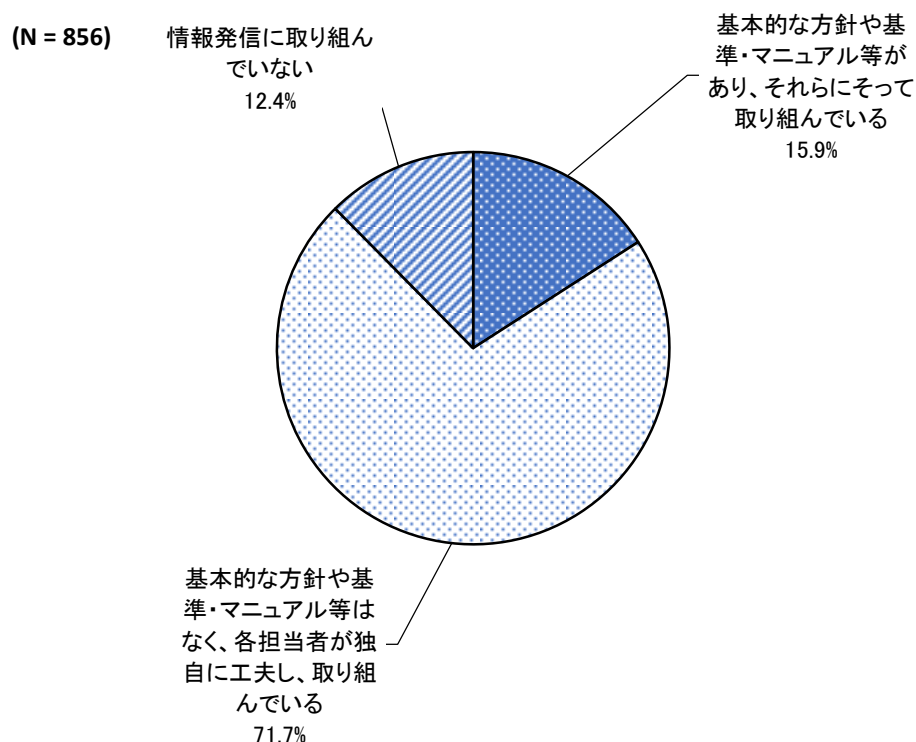
情報発信に専従している職員について人口規模別にみると、全ての規模において<いない>が8割超～9割超と高い割合を占めている。

(調査数: 実数、横%)

		調査数	いる	いない
全体		852	10.3	89.7
人口規模	1万人未満	108	9.3	90.7
	1万人以上5万人未満	362	8.0	92.0
	5万人以上10万人未満	170	11.2	88.8
	10万人以上30万人未満	148	13.5	86.5
	30万人以上50万人未満	40	17.5	82.5
	50万人以上	24	12.5	87.5

(4) 情報発信に係る基準・マニュアル等の整備状況

情報発信に係る基準・マニュアル等の整備状況は、「基本的な方針や基準・マニュアル等はなく、各担当者が独自に工夫し、取り組んでいる」が71.7%と最も高く、続いて「基本的な方針や基準・マニュアル等があり、それらにそって取り組んでいる」が15.9%、「情報発信に取り組んでいない」が12.4%と続いた。



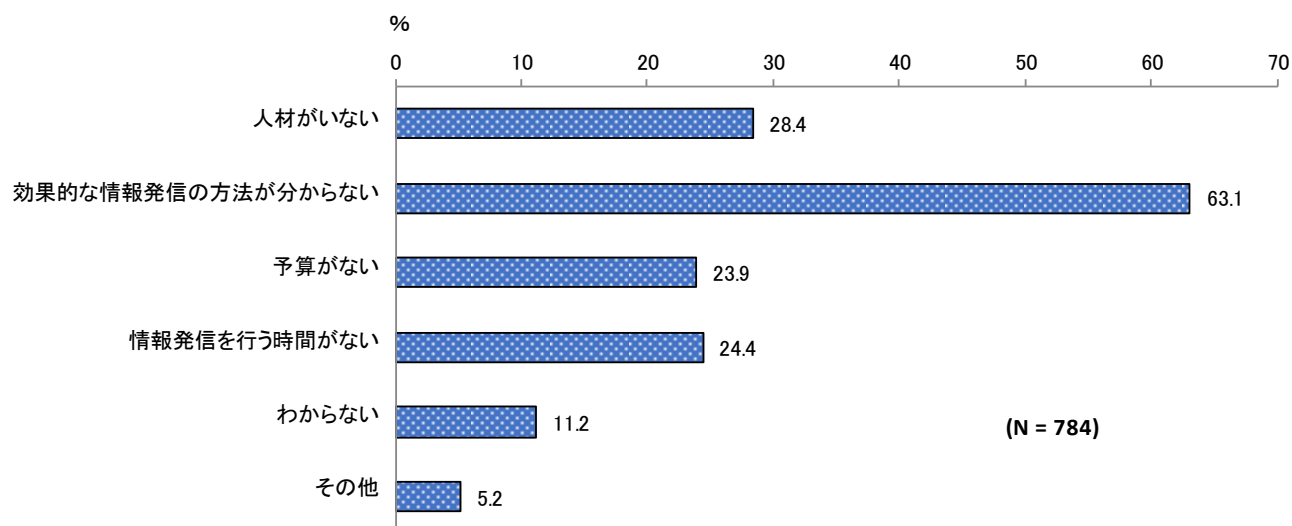
情報発信に係る基準・マニュアル等の整備状況について人口規模別にみると、全ての規模において＜基本的な方針や基準・マニュアル等はなく、各担当者が独自に工夫し、取り組んでいる＞が最も高くなっている。

(調査数:実数、横%)

		調査数	基本的な方針や基準・マニュアル等があり、それらにそって取り組んでいる	基本的な方針や基準・マニュアル等はなく、各担当者が独自に工夫し、取り組んでいる	情報発信に取り組んでいない
全体		856	15.9	71.7	12.4
人口規模	1万人未満	108	9.3	55.6	35.2
	1万人以上5万人未満	364	13.7	71.7	14.6
	5万人以上10万人未満	171	19.3	77.2	3.5
	10万人以上30万人未満	149	20.8	73.8	5.4
	30万人以上50万人未満	40	25.0	72.5	2.5
	50万人以上	24	8.3	91.7	—

(5) 情報発信の課題

情報発信の課題は、「効果的な情報発信の方法が分からない」が 63.1%と最も高く、続いて「人材がいない」が 28.4%、「情報発信を行う時間がない」が 24.4%と続いた。



【クロス集計】

情報発信の課題について人口規模別にみると、全ての規模において＜効果的な情報発信の方法が分からない＞が最も高くなっている。また「1 万人未満」では＜人材がいない＞が 36.4%、「50 万人以上」では＜予算がない＞が 33.3%と、他の規模に比べて割合が高くなっている。

(調査数: 実数、横%)

		調査数	人材がいない	効果的な情報発信の方法が分からない	予算がない	情報発信を行う時間がない	わからない	その他
全体		784	28.4	63.1	23.9	24.4	11.2	5.2
人口規模	1万人未満	99	36.4	61.6	25.3	21.2	17.2	2.0
	1万人以上5万人未満	338	30.2	56.2	23.7	24.3	13.0	4.7
	5万人以上10万人未満	153	22.9	65.4	24.2	25.5	8.5	7.2
	10万人以上30万人未満	134	26.1	70.1	21.6	26.1	6.7	8.2
	30万人以上50万人未満	36	25.0	88.9	22.2	25.0	5.6	2.8
	50万人以上	24	25.0	75.0	33.3	20.8	12.5	—

(6) 自由記述（情報発信で工夫していること等）

◆情報発信で工夫していること

人口規模：1万人未満

- 気になる点があれば、まず相談してもらえるように、リーフレットなどの補助金の概要は簡潔にまとめるようにしている。
- 簡潔ではあるが詳細に町のことを理解していただくため、適宜グラフなどデータを示しながら伝える。町内だけでなく近隣市町村の環境など、商圈を幅広く見ていただくための工夫を行っている。
- 移住者による創業の比率が高い。市のしごと情報発信サイトで、創業者へのインタビュー動画を掲載している。

人口規模：1万人以上5万人未満

- 町広報紙に町補助金を受けた起業家の起業体験を掲載し、起業家の掘り起こしを図った。
- 域内の全戸配布を活用し、住民全体の周知をしている。
- ホームページでの周知および町の広報を通じて行う。
- 支援制度の説明のほかに、創業事例集を作って紹介している。
- 出来る限り多くの媒体を活用している。
- 事業者、創業者向けのポータルサイトがあり、町のHPと合わせて更新をしている。
- 町商工会と連携して創業支援事業を展開しており、情報提供についても商工会関連の対象者に提供している。また、駅など比較的多数の目に触れる公共施設にチラシ等備えている。
- YouTubeでの発信。
- 創業塾は「無料」で受講できることを目立つように明記し、受講への意欲の高まりを促すような情報発信を意識している。また、複数の情報発信媒体を活用している。
- 市のInstagramチームに係員を所属させている。
- 窓口や電話で相談があった創業希望者のうち、希望者には郵送で創業スクールのチラシを送付している。また、創業スクールの最終回に認定市町村等の支援制度を説明している。

人口規模：5万人以上10万人未満

- 地域のコミュニティFMを活用し、事例などを紹介している。
- 市独自の創業補助金や創業支援事業受講者の声を合わせて発信する。新聞折り込みチラシや市のLINEによる発信が効果的。
- 創業意欲を高めるため、創業セミナー等の市創業支援を受け創業された方へ、インタビューを行い、創業支援に関する制度や機関とともに、広報紙に掲載する予定。
- Twitter等のSNSを活用。
- 中小機構、公庫、創業手帳、府が作成したツールを活用し、独自のツールを作成。創業希望者のレベルに合わせて説明を行っている。
- 毎月情報を発信している。
- セミナー参加者には、積極的に発信している。
- 関係機関と連携し、お互いの情報発信において協力している。

人口規模：10 万人以上 30 万人未満

- 市のホームページとは別に産業支援サイトというサイトを作成し、市の産業分野に係る情報を集約し効果的に発信している。
- 実際に市内で創業した方をロールモデルとして紹介している。
- Facebook、Instagramで起業実践者を紹介している。
- 外部人材に投稿方法を学ぶ機会を設け、投稿内容を事前にチェックし、効果的な投稿となるアドバイスをもらう体制としている。
- デザイン関係事業者に相談し、ポスターデザインおよび HP、SNS 発信を工夫している。継続性、統一性が重要であると考え、イメージカラー、イメージデザインを作成している。また、市外からの人材を取り込むために、帰省のタイミングで広告宣伝している。
- 税務署、金融機関へのポスター、チラシの送付は、来客のニーズに適合し効果が高い。IT を活用した発信方法より、街頭のポスター掲示場活用のほうが、意外にも参加者募集において効果を発揮している。

人口規模：30 万人以上 50 万人未満

- 創業予定者や創業者が一堂に会して交流や事業等の学びの場として開催している「起業家交流会」において、創業支援事業の周知を図り情報提供を行っている。
- 正確な情報を発信するよう、課内で確認した上で発信している。
- 創業支援講座開催時には、積極的にリーフレットを配布し周知を行っている。

人口規模：50 万人以上

- 市 HP や広報紙への継続した掲載。すでに創業している方に対して、市や連携機関の補助金やセミナー等の情報を提供。
- 区および信用金庫主催の創業塾にて、区の創業支援策を周知することで、他支援事業の利用促進を図っている。

◆その他（課題、現状など）

- 情報発信ツールを選定するところから今後の課題として考えている。
- 工夫はなく、関係機関から何か情報提供あれば、窓口にチラシをおく。必要に応じてホームページに掲載する
- 過去踏襲での周知しかできていないのが現状。

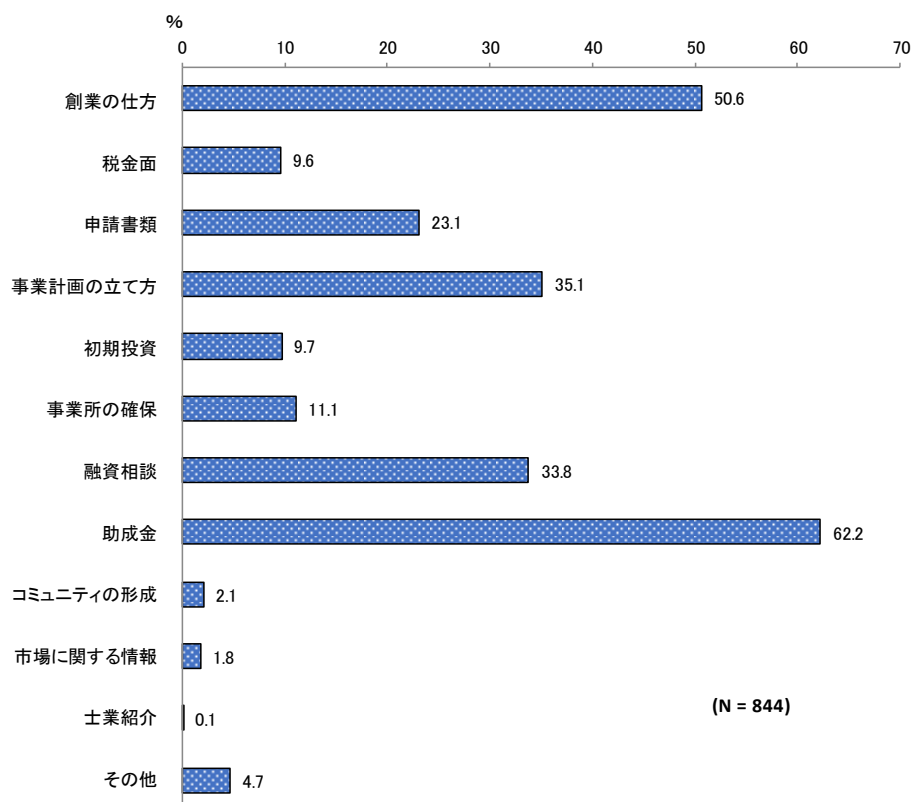
(7) ヒアリング調査結果（情報発信の成功事例・失敗事例、課題等）

- 県で実施されたマッチングイベント（地方の認定市町村等と地方でのビジネスチャンスや新たなビジネス様式を模索している企業がマッチングできるイベント）に参加したが、そのおかげで多彩な企業、人とのつながりができた。マッチングイベント自体が情報発信の場なので、無料で参加できるマッチングイベントがあればよいと思う。
- 町の補助金を周知について、かつては HP に掲載しているだけだったが、最近は過去の創業者の活用事例を作成し、広報誌に2カ月にわたって掲載した。潜在的な創業希望者に届いていたら良いが、どのくらいの効果があったかまでは不明。しかし、HP の閲覧数が若干あがった。また、直近では金融機関に補助金のチラシを配布し案内していただいている。
- 情報発信の支援が欲しい。実際の創業者に取材をして写真掲載や冊子等で情報発信をして醸成したい考えはある。
- 今後、アンケート回答者にお伺いしてインタビューをして記事を HP に載せる予定である。創業者にとってはよい PR になるし、市にとっても機運醸成になる。
- ビジネスプランコンテストについては、GW に大きいポスターを駅前等に大量に貼っている。近隣の大学の起業サークルなどに営業をかけるなどしているが、あまり成果を感じていない。
- 成功事例はあらゆる周知媒体をもっていることである（HP、ブログ、Twitter、Facebook、メルマガ 1,000 件）。各媒体は決裁が出れば誰でも更新が出来るが、人手が足りなく、繁忙時では対応できない。失敗事例は情報発信の運用に苦しんでいる。決裁に時間が掛かる上、媒体が多すぎる為、集約する必要性も感じており、広報担当がほしいとも考えている。
- 創業支援にかかわらず、行政として情報発信が課題である。情報が行き届いていないケースが多い。市のツールとしては HP と広報誌が主である。この2つは影響力が大きいと言われることもあるが、周知という意味では非常に難しい。新設した補助金についても、HP や広報誌とあわせ支援機関を通じて周知をお願いしたが、それでも行き届いていない、遅い等の意見があり、難しいと感じている。
- 周知については、企業内起業や第2創業に力を入れており、従業員が多い会社へのアプローチをしている。補助金などもつけ、効果として見えている部分がある。
- 新聞が効果的だった。また認定市町村等の広報誌も有効であると思う。ただし、広報誌も紙面が限られており、効果的に短時間で記事を作成できるようなフォーマットを配布いただけると担当者としては有難い。

3.5 地域のニーズ把握

(1) 利用の多い支援の内容

利用の多い支援の内容は、「助成金」が 62.2%と最も高く、続いて「創業の仕方」が 50.6%、「事業計画の立て方」が 35.1%と続いた。



【クロス集計】

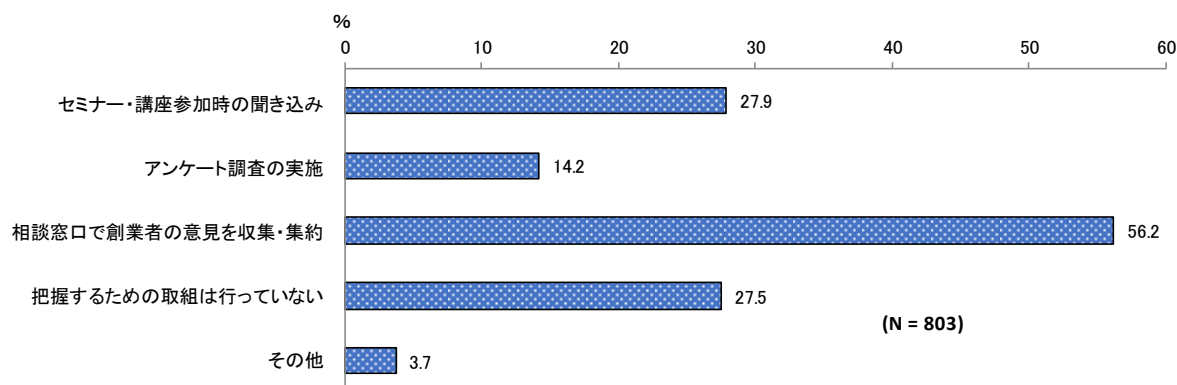
利用の多い支援の内容について人口規模別にみると、規模が大きくなるほど＜創業の仕方＞および＜融資相談＞の割合が高くなっている。

(調査数: 実数、横%)

(調査数: 742件、横70%)														
		調査数	創業の仕方	税金面	申請書類	事業計画の立て方	初期投資	事業所の確保	融資相談	助成金	コミュニティの形成	市場に関する情報	士業紹介	その他
全体		844	50.6	9.6	23.1	35.1	9.7	11.1	33.8	62.2	2.1	1.8	0.1	4.7
人口規模	1万人未満	103	48.5	7.8	27.2	30.1	12.6	8.7	17.5	63.1	-	1.9	-	7.8
	1万人以上5万人未満	357	44.0	9.8	22.7	30.0	11.5	14.8	27.2	64.1	1.1	2.0	-	3.9
	5万人以上10万人未満	170	49.4	10.6	23.5	33.5	12.4	11.2	38.8	66.5	2.9	1.2	-	4.7
	10万人以上30万人未満	149	61.1	9.4	21.5	40.3	4.0	8.7	45.6	61.7	4.0	1.3	0.7	3.4
	30万人以上50万人未満	40	67.5	12.5	25.0	67.5	-	-	52.5	30.0	2.5	2.5	-	10.0
	50万人以上	25	72.0	4.0	16.0	56.0	4.0	-	60.0	56.0	8.0	4.0	-	4.0

(2) ニーズ把握のための取組

ニーズ把握のための取組は、「相談窓口で創業者の意見を収集・集約」が56.2%と最も高く、続いて「セミナー・講座参加時の聞き込み」が27.9%、「把握するための取組は行っていない」が27.5%と続いた。



【クロス集計】

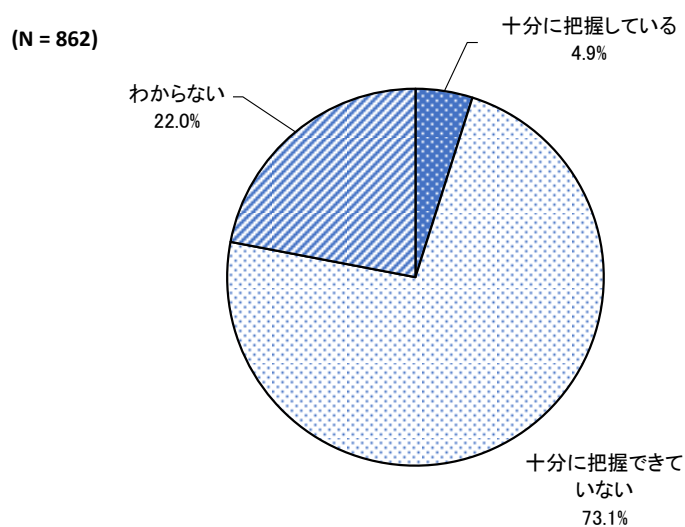
ニーズ把握のための取組について人口規模別にみると、規模が大きくなるほど「セミナー・講座参加時の聞き込み」および「アンケート調査の実施」の割合が高くなっている。また、「1万人未満」では「把握するための取組は行っていない」が48.5%と、他の規模に比べて割合が特に高くなっている。

(調査数: 実数、横%)

		調査数	セミナー・講座参加時の聞き込み	アンケート調査の実施	相談窓口で創業者の意見を収集・集約	把握するための取組は行っていない	その他
全体		803	27.9	14.2	56.2	27.5	3.7
人口規模	1万人未満	101	9.9	4.0	41.6	48.5	4.0
	1万人以上5万人未満	341	23.5	7.3	58.4	29.3	6.2
	5万人以上10万人未満	158	32.9	16.5	51.9	24.1	1.9
	10万人以上30万人未満	143	39.2	25.9	65.0	18.2	1.4
	30万人以上50万人未満	35	42.9	34.3	60.0	14.3	—
	50万人以上	25	44.0	40.0	56.0	12.0	—

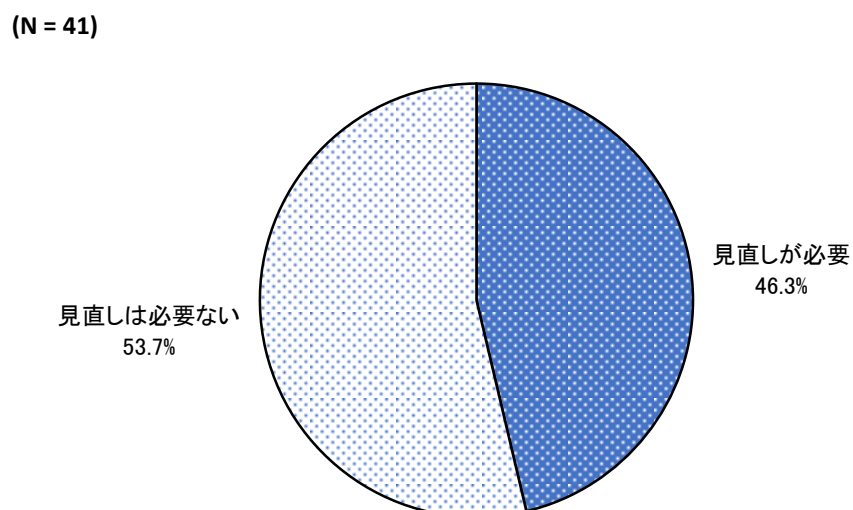
(3) ニーズ把握の状況

ニーズ把握の状況は、「十分に把握できていない」が 73.1%と最も高く、続いて「わからない」が 22.0%、「十分に把握している」が 4.9%と続いた。



(4) ニーズにあわせた創業支援策の見直し

ニーズにあわせた創業支援策の見直しは、「見直しが必要」が 46.3%、「見直しは必要ない」が 53.7%となっている。



(5) 自由記述（ニーズを把握するために工夫・実施していること）

人口規模：1 万人未満

- 広告配信などプロモーション事業の一環として LINE リサーチを活用した地方での起業ニーズの把握を行っている。
- 過去に創業した方々を対象に、創業後の継続支援（本町における起業トータルサポートに繋げるため）に係るヒアリング等を実施している。「創業者が創業者を呼ぶ」流れが本町にはあるため、上記の機会を通じ、新たな創業（検討）者と繋がる機会も少なくなく、自ずとニーズ把握できる状況が生まれている。

人口規模：1 万人以上 5 万人未満

- 商工会など関係機関からの情報提供により創業者ニーズを把握している。
- ネットワーク内の会議所・商工会との担当者レベルで、毎月会議を行い意思疎通を図っている。
- 年 1 回開催している、創業応援セミナーの参加者にアンケートをとっている。
- フォローアップを目的として、創業助成金利用者に対し、年に 1 回市役所へ事業実施状況の報告を求めている。

人口規模：5 万人以上 10 万人未満

- 年に 1 回程度は業況や課題、ニーズ等を把握するためのアンケートを実施している。
- 創業相談時においてヒアリングシートを残している。
- 創業窓口やセミナーにおいて、積極的なコミュニケーションをとることで相談しやすい関係性を作り、ニーズを引き出す。創業支援事業利用者に対し年 1 回アンケートを実施し、困りごとなどの記載があれば回答をしている。チャレンジショップ出店者と密にコミュニケーションをとっている。また、商店街エリアの活性化を目指す創業支援機関を立ち上げ、多くの創業希望者に参加していただいている。地域課題の解決を共に考え実行していくなかでコミュニケーションをとることができ、創業者ニーズの把握の一助となっている。
- 創業希望者のレベルを把握するための、セルフチェックシートを窓口で記入いただき、説明の内容にメリハリをつけている創業者として、考えなければならないことを整理したマンダラチャートを作成し、具体的な取り組みをアドバイスしている。

人口規模：10 万人以上 30 万人未満

- 創業相談段階での細かなヒアリング。
- ビジネスインキュベーション施設のマネージャーと密に連携をとり、週単位で創業相談内容を共有している。
- 各支援機関との積極的な情報交換・マルシェ等のイベント出店者や創業した方へのヒアリング。
- 支援機関・金融機関と連携して情報収集、情報交換を行っている。

人口規模：30 万人以上 50 万人未満

- 平成 26 年に市、商工会議所、日本政策金融公庫の 3 者で、創業支援ネットワークを構築し、各機関の強みを生かして連携を図り創業者支援に取り組んでいる。また、定期的に 3 者で会議の場を設けて創業者ニーズをはじめ様々な課題解決や情報共有等に努めている。

- 商工会議所や金融機関担当者との意見交換を行い、ニーズ把握に努めている。
- 民間の創業支援事業者や金融機関とのネットワーク会議を定期的に開催している。

人口規模：50 万人以上

- アンケートを実施したが、回答数が想定より少なかった。

(6) 自由記述（ニーズ把握における課題）

人口規模：1 万人未満

- 創業セミナーなどは開催していないので、創業を検討している方の把握に課題が残る。
- 訪問される創業者への支援体制はあるが、地域の潜在的な創業ニーズについて把握できていない。
- 地域内に創業を志す人が少ない。地域内よりも地域外のニーズを把握しないと創業支援需要を把握することができない。
- 予算等の兼ね合いで調査対象数が十分でない。
- 職員数が限られており、手広い展開が難しいこと。
- 創業前（検討中の方も含む）に気軽に相談できる体制を作っていくことが必要。

人口規模：1 万人以上 5 万人未満

- 相談窓口から以外の情報（地域の実情）がわからない。
- 創業者が年 1、2 件程度で少ないため、ニーズの把握が不可能である。
- どのような調査方法が効果的であるか不明。
- 創業については、相談を含め、近年増加傾向にあり、特に女性の需要が増えてきているように感じる。当市でも相談窓口（IM による創業計画や資金計画作成支援等）を設けているが、相談される方の中には「計画書等にアウトプットする作業が苦手」な方もおり、そのような方にいきなり様々な手続きについて話をしてしまうと、せっかく良いアイデアを持っている方でも、そのモチベーションの低下を招いてしまうことが懸念される。よって、そのような相談者のアイデアを具体化し、すべし手続きを案内できるような「総合支援員」のような存在（前述の現状からすると「おばちゃん」が適当と考えますが）がいると、支援の傍ら（草の根的な）ニーズ把握がなされるものと考えている。
- 最適な方法が分からない。
- 改善されつつあるが、創業しようとする者が、まずは役場に話を聞きに行こうというような雰囲気、体制になっていない。
- 創業希望者が少ないためニーズを把握することが難しい。
- スケジュール感覚がタイトな方と、余裕がある方がいるので 2 グループ化している。
- 手軽に情報を集められる仕組みづくり。
- 創業者の相談先は、商工会や金融機関が主であることから、如何に情報共有していただくかが重要であると考えている。
- 3 年スパンでの人事異動を前提とした情報の収集、傾向把握、効果的な支援実施体制の構築～維持が課題である。商工会との連携が異動タイミングでリセットされる印象。
- 人との信頼関係など、根本的に人に依存するので、引継ぎが不能。
- 創業前の非会員の方々から窓口以外で意見を収集する方法。
- アンケート調査等を実施して創業者ニーズの把握に努めてはいるものの、担当者の人員の制約やデータ分析→施策実施の改善のノウハウがない点が課題である。認定市町村等に対する専門家派遣を希望したい。
- 関係機関が連携し、市全体のニーズを収集することで、効果的な施策の立案につなげる必要がある。
- 潜在的に創業を検討している人数の把握が難しい。

人口規模：5 万人以上 10 万人未満

- 相談に来られない方には、コンタクトを取ることができておらず、ニーズを把握できていない。
- 創業者に対して業況や課題、ニーズ等を直接聴取する機会がない。伴走支援を行うためには、専従・専門の人材の確保・配置が必要。
- 昨今のコロナ禍で、会社に対する不安・不振から、創業を検討したい人が増えている。安易な創業に走るのではなく、全身全霊を掛けた取り組みであることを説明。腰を据えた計画の作成を依頼することと、撤退するときの線引きを考えなければならないことを説明。市として創業希望者の募集をかけることができない。創業希望者がワンストップ窓口に来ない、このため「待ちの姿勢」になっている。
- 若者世代の創業におけるニーズの把握が不足していると感じる。今まで以上に高等学校や大学等の機関と連携を深めることが今後の課題であるとする。
- 潜在起業家からの相談があって初めてニーズを把握していること。待ちの姿勢にならざるを得ないこと。
- とりあえず創業してみるだけでなく、創業後の更なる収益アップ等繁盛店化への支援を充実させていくべき。

人口規模：10 万人以上 30 万人未満

- 市独自での創業者のニーズの把握が補助金申請者への聞きとりなど限定的にしかつかめていないため、他の創業支援機関との連携の強化は必要と感じる。
- 起業セミナー等で参加者に対し、アンケートや聞き込みを行っているが、セミナー自体の参加者が少なく、十分なニーズ把握ができない。
- 市内の関係機関それぞれで創業支援に係る事業を実施しているため、市内全体のニーズについて、具体的に把握することは困難である。
- 潜在的な創業ニーズの掘り起こしはできていない。
- 創業後のフォローアップ、情報交換が希薄。
- 空き家をリノベーションしての開業、飲食店（キッチンカー含む）を始めたいという方が多いが、市職員だけでは空き家利用ノウハウが不足しているので、専門的な知識が必要。
- 各機関が情報共有する仕組みができていない。
- 創業希望者に至る前の創業に関心のある層のニーズ把握が課題。
- 潜在的な創業希望者の抽出・アクセス
- 創業支援セミナー参加者を対象に実施しているアンケートでは、住宅地が多い区特性上、飲食業やサービス業の創業割合が高い傾向にある。ただし、創業の潜在的なニーズを幅広く捉えられているかは課題があると認識している。
- 日々創業希望者の対応をしているため、潜在的な創業希望者の掘り起こしまで手が回らない。

人口規模：30 万人以上 50 万人未満

- 効果的な把握の方法がわからない。
- 市内でも地域ごとにより特性が異なる。
- 創業者のニーズにきめ細かく対応できる体制がない。
- 既に創業者自身がニーズとして把握しているもののほか、雑談などカジュアル的な対話の中でニーズとして言語化さ

れ、把握できるようになるものがあり、後者を把握する場の創出。

- 各支援機関間で情報を共有する機会がない。

人口規模：50 万人以上

- 創業者自身が支援、要望をあまり意識していない場合が多いので、把握が難しい。
- 創業塾を受講した方を対象にアンケートを実施しているが、回答率が低い。多くの方からニーズをヒアリングし、施策を展開していきたいが、十分な数をいただくことができない。

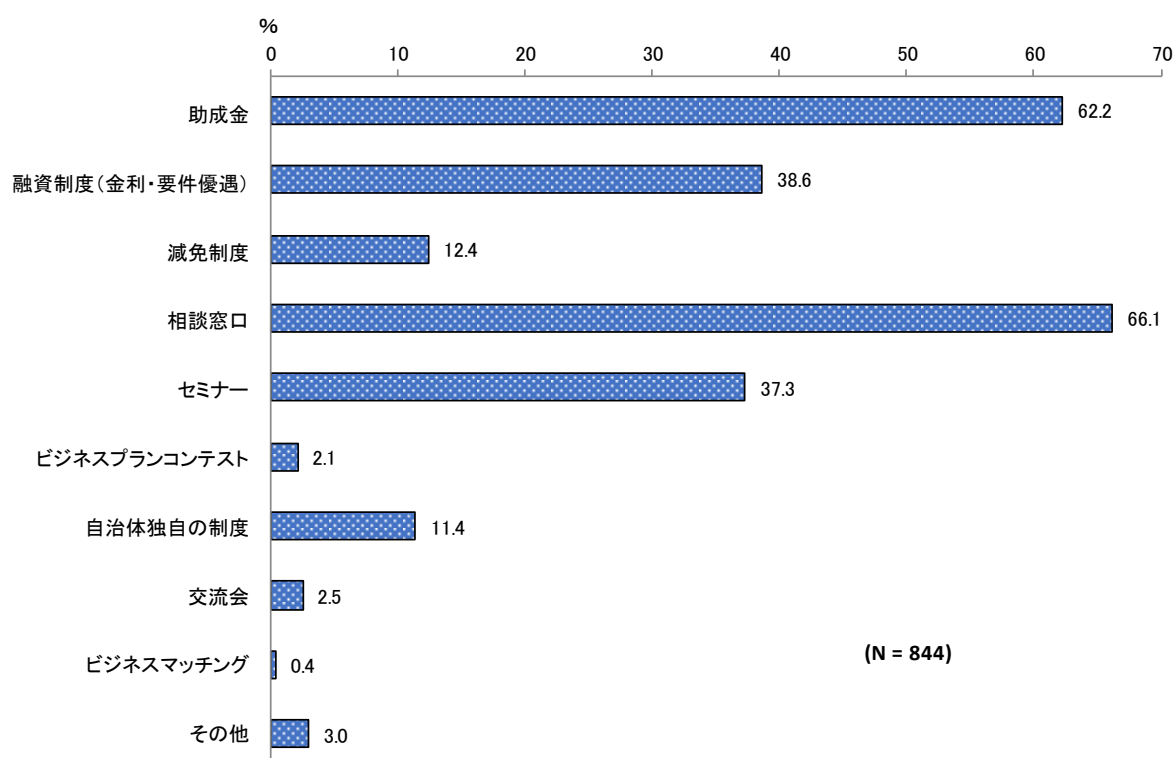
(7) ヒアリング調査結果（ニーズ把握についての取組や課題等）

- ニーズの把握については、相談に応じることで見えてくるころはある。アンケートである程度把握できたのも良かった。
- 地域の傾向を把握するのは苦戦している。創業支援の相談では、飲食店の創業の相談が多く、商店街で開業するための店舗を探す人は多い。しかし、商店街の多くはシャッター街であるにも関わらず、商店街の店舗は住居一体型となっているため、新規に創業する人に貸してくれる商店主が少ない。そういった課題に対して、行政はうまくアプローチ出来ていない。現在は、創業する際の資金的援助は多く用意されているが、撤退していく（辞める、解体をする）際の補助も必要なのではと思う。
- エリア別の傾向把握をしたいと考えており、商店街に特化した訪問調査（ビジサポ調査）を令和元年に行った。
- 創業者ニーズ、数のニーズ把握に困っており、現状対面での調査が難しいので、電話調査をしている。ただし、事務的となりやすく、なかなか刺さるような提案がしづらいという現状がある。
- 事業者ニーズや地域特性を把握するために各事業者からヒアリングを実施した。実施したところ、これらのヒアリングを今回だけで終わらせるのはもったいないと感じ、以後各年度、ヒアリングを実施していくことにした。
- 潜在的な創業者へのアプローチがなかなか分からない。市としてどういった創業を増やしていくか考える必要がある。

3.6 創業希望者への対応

(1) 利用の多い創業支援の取組

利用の多い創業支援の取組は、「相談窓口」が 66.1%と最も高く、続いて「助成金」が 62.2%、「融資制度（金利・要件優遇）」が 38.6%と続いた。



【クロス集計】

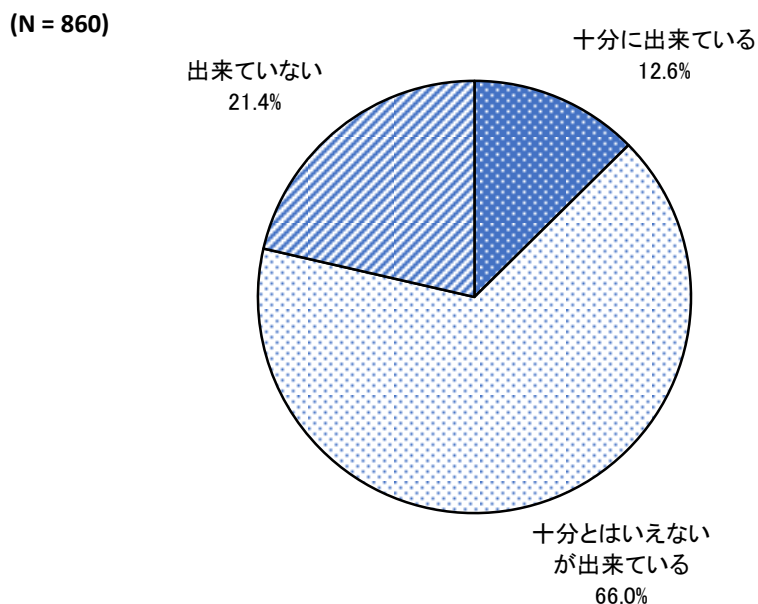
利用の多い創業支援の取組について人口規模別にみると、規模が大きくなるほど＜融資制度（金利・要件優遇）＞＜相談窓口＞＜セミナー＞の割合が概ね高くなっている。

(調査数:実数、横%)

	調査数	助成金	融資制度（金利・要件優遇）	減免制度	相談窓口	セミナー	ビジネスプランコンテスト	自治体独自の制度	交流会	ビジネスマッチング	その他
全体	844	62.2	38.6	12.4	66.1	37.3	2.1	11.4	2.5	0.4	3.0
人口規模											
1万人未満	105	63.8	32.4	11.4	57.1	13.3	—	15.2	1.0	1.0	6.7
1万人以上5万人未満	354	69.8	30.8	7.6	65.5	33.3	2.5	12.1	0.8	—	1.4
5万人以上10万人未満	172	64.5	45.9	12.8	66.9	40.1	1.7	9.3	1.2	0.6	4.1
10万人以上30万人未満	149	53.0	44.3	19.5	67.8	51.7	2.7	12.1	4.7	0.7	3.4
30万人以上50万人未満	39	38.5	59.0	17.9	76.9	59.0	5.1	5.1	7.7	—	—
50万人以上	25	24.0	60.0	32.0	80.0	56.0	—	4.0	20.0	—	4.0

(2) 創業希望者の状況や課題のヒアリング状況

創業希望者の状況や課題のヒアリング状況は、「十分とはいえないが出来ている」が 66.0%と最も高く、続いて「出来ていない」が 21.4%、「十分に出来ている」が 12.6%と続いた。



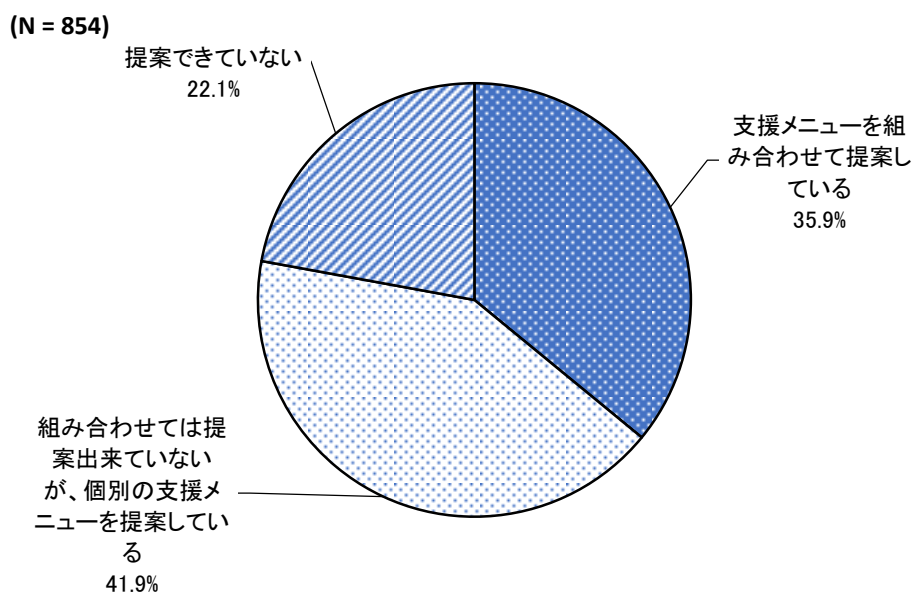
創業希望者の状況や課題のヒアリング状況について人口規模別にみると、規模が大きくなるほど「出来ていない」の割合が低くなっている。また、「50 万人以上」では「十分に出来ている」が 24.0%と、他の規模に比べて割合が高くなっている。

(調査数: 実数、横%)

		調査数	十分に出来 ている	十分とはい えないが出来 ている	出来ていな い
全体		860	12.6	66.0	21.4
人口 規模	1万人未満	108	14.8	50.9	34.3
	1万人以上5万人未満	365	10.1	66.8	23.0
	5万人以上10万人未満	173	11.0	69.9	19.1
	10万人以上30万人未満	149	16.1	67.1	16.8
	30万人以上50万人未満	40	15.0	75.0	10.0
	50万人以上	25	24.0	72.0	4.0

(3) 支援メニューの提案状況

支援メニューの提案状況は、「組み合わせでは提案出来ていないが、個別の支援メニューを提案している」が 41.9%と最も高く、続いて「支援メニューを組み合わせで提案している」が 35.9%、「提案できていない」が 22.1%と続いた。



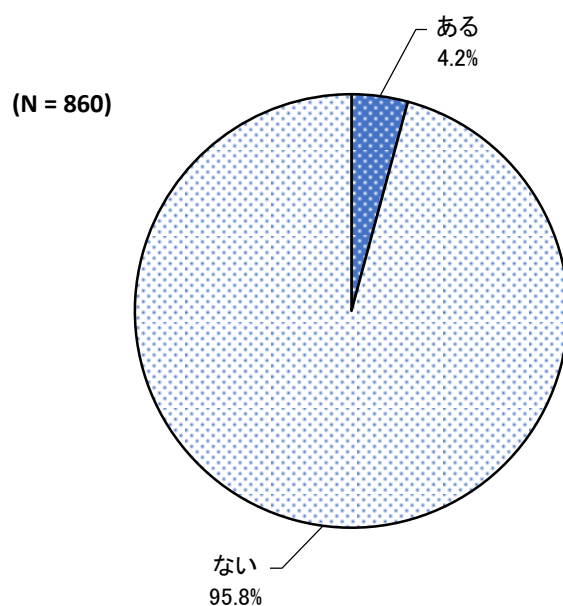
支援メニューの提案状況について人口規模別にみると、規模が大きくなるほど＜支援メニューを組み合わせで提案している＞の割合が高くなっている。また、「1万人未満」では＜提案できていない＞が 42.6%と、他の規模に比べて割合が特に高くなっている。

(調査数: 実数、横%)

		調査数	支援メニューを組み合わせで提案している	組み合わせでは提案出来ていないが、個別の支援メニューを提案している	提案できていない
全体		854	35.9	41.9	22.1
人口規模	1万人未満	108	22.2	35.2	42.6
	1万人以上5万人未満	361	29.4	45.7	24.9
	5万人以上10万人未満	172	37.8	45.9	16.3
	10万人以上30万人未満	148	48.6	37.8	13.5
	30万人以上50万人未満	40	60.0	30.0	10.0
	50万人以上	25	64.0	32.0	4.0

(4) 創業支援パッケージの有無

創業支援パッケージの有無は、「ある」が 4.2%、「ない」が 95.8%となっている。



支援メニューをまとめた創業支援のパッケージ等を用意していますかについて人口規模別にみると、全ての規模において＜ない＞が 9 割弱～10 割と高い割合を占めている。また、規模が大きくなるほど＜ある＞の割合が高くなっている。

(調査数: 実数、横%)

		調査数	ある	ない
全体		860	4.2	95.8
人口規模	1万人未満	109	–	100.0
	1万人以上5万人未満	364	2.5	97.5
	5万人以上10万人未満	173	5.2	94.8
	10万人以上30万人未満	149	7.4	92.6
	30万人以上50万人未満	40	10.0	90.0
	50万人以上	25	12.0	88.0

(5) 自由記述（創業支援希望者への対応において工夫・実施していること）

人口規模：1万人未満

- 出来るだけ要望に沿った支援が出来るように、丁寧に話を聞くように心がけている。
- 指導員2名体制にて迅速に対応している。専門家（中小企業診断士等）を派遣し、専門性を高めている。伴走型にて事業計画策定支援を行っている。
- 自己実現よりも生計を立てられるような起業をすることを勧めている。
- 補助金の性質上、どういった形で地域に貢献していただくかを相談段階で明確にし、しっかりと地域に根差した経営を行っていただくよう道筋を作る。
- とにかく会話すること。とにかく自信を持たせること。とにかく時間をかけて対応すること。
- 日本政策金融公庫の創業の手引きは内容が整理されているので活用している。

人口規模：1万人以上5万人未満

- 窓口においてヒアリングを行い、職員間で情報共有し、誰もが対応できるように努めている。
- 商工会議所、商工会にワンストップ相談窓口を設置し、市と支援機関（商工会議所、商工会、金融機関等）が連携し、総合的な創業支援を行っている。
- 創業スクール受講者へ定期的な個別相談を実施し、継続的な事業支援を行っている。
- 成果報告会や個人のカルテの活用。
- 各種動向調査の実施（経営・雇用・地域経済・新型コロナウイルスの影響）。空き店舗情報のHP掲載。
- 各構成団体の構成員が持つ、専門的な知識を活用できるように、支援希望者の情報を共有して総合的な支援を行っている。
- オンライン動画セミナーの活用。
- ゼロからのハンズオン支援。
- よろず支援拠点の無料相談など、他の公的支援制度を案内し、創業者ニーズのギャップが生じないよう努めている。
- 支援希望者をたらいまわしにしないよう、認定市町村等と商工団体で情報共有しながら窓口の案内をしている。
- 助成金だけの支援にならないように、売上向上等に向けた伴走型の支援を実施する体制をとっている。

人口規模：5万人以上10万人未満

- 当方の制度を先に説明するのではなく、相談者の悩みを先に聞くようにしている。
- 円滑に創業ができるように、また金融機関からの融資が受けられるように市職員やアドバイザーと一緒に事業計画の作成を支援している。（複数回にわたり、マンツーマンで教えている）
- 関係支援機関（商工会）と連携し、相談対応は可能な限り両者同席するようにしている。それによりワンストップで対応できるようにしている。
- 商工会と連携して専門的なアドバイスは、商工会の経営指導員に実施してもらっている。
- 創業に向けた基礎知識を習得するための場の提供を商工団体と連携し実施している。また、商工団体と連携した個別相談や助成金による支援を実施し、将来を見据えた具体的な経営計画を踏まえた取り組みを進めている。
- 創業支援コーディネーターがいることが強みなので、個々の相談者と密な関係を築き、相談のハードルを下げる。
- お話を聴く（満足して帰られるように聴く）・創業者自身で現在の創業レベルに気づきを促すチェックシートの作成・

創業者自身が避けられない不得手な部分（項目）も含めたマンダラチャートのサンプル説明。

- 市独自で創業者に対し創業補助金制度を整備し、スタートアップの支援を行っている。

人口規模：10 万人以上 30 万人未満

- 中小企業診断士やインキュベーション・マネージャーなどの専門家が相談対応を行っている。
- 市で創業支援マップを作成し、市内の事業を一覧にしている。
- 市が設置する支援機関と連携し、適切に関係機関につなぐことができている。また、創業者への訪問や TEL により、フォローアップを行っている。
- マッチング可能な方へのご案内など、双方の理解を取って実施している。
- 市内のステークホルダーが連携し、創業コンシェルジュを立ち上げ、ワンストップ窓口を設置し、相談・支援を行っている。
- 相談者に対して説明が漏れぬようチェックリストを作成している。
- 市担当者より、ステージ（事業計画段階→準備→創業→補助金申請）毎に電話やメール等で詳細に利用できる社会資源等を案内しているとともに、商工会議所等と連携を密にし、情報共有をしている。
- 相談窓口専任の産業支援コーディネーター（インキュベーション・マネージャー）を配置している。
- 創業相談では、女性相談員を配置することにより、柔らかく相談しやすい環境になり利用率が高まった。

人口規模：30 万人以上 50 万人未満

- 支援希望者の様々な相談に対応するために創業支援センターを紹介し、専門家派遣等の制度を活用することにより、個々の事情に応じたアドバイスや課題解決に向けた支援を無料で実施している。
- 支援希望者が段階的に成長できるようにするため、2 か年単位で事業を実施している。
- 商工会議所や商工会といった支援機関と連携しながら対応している。

人口規模：50 万人以上

- 創業相談窓口において実施回数を増やしたり、複数の相談員による相談日を設けている。
- セミナーを入口として、支援メニューの周知を行い、活用につなげている。

(6) 自由記述（創業支援希望者への対応における課題）

人口規模：1万人未満

- 担当職員に取り組みに対するノウハウがなく、商工会任せとなっている。
- 担当者が起業、経営に関する最低限の知識を持っていないと、相談窓口として機能しない。
- 本来であれば専門的知見を持ち合わせたエキスパートの用な職員を配置しても良い分野であると考えるが、体制上そうはなっていないため、いつ何時でも一定水準の対応を行うことができていない。

人口規模：1万人以上5万人未満

- 的確な対応が出来るよう、各制度について広く把握しておきたい。
- 支援希望者に対して、事業計画の指導は別の機関に依頼しているので、窓口に来訪された際には、補助金の申請の仕方や流れしか伝達できない場合が多いため、構想段階から気軽に相談できるような雰囲気づくりや、自分の認定市町村等以外の支援の把握もしきていないところがあるので改善したい。
- 創業者に対し十分なフォローアップ(訪問・聞き取り調査)ができていない。
- 担当者の人員不足。
- コロナにより数々出ている補助金・助成金目当ての方が増加している印象を受けている。創業への熱い思いをもって支援を求める創業者であればしっかりと対応したいが、そうではない補助金目当ての事業者への対応が課題。創業時の経営計画策定、資金調達などは専門知識のある構成員が存在するが、許認可や設備届け出要件などに詳しい人材がいない。
- 各種支援策等の情報収集・把握が課題。
- 補助金や助成金、融資の相談が多く、創業時における準備段階などをきちんと整備出来ていないまま進めてしまう傾向があるため、商工会内部としても一度ワンクッションできる体制ができればと考えている。
- 担当者に専門的知識がなく、建設的なアドバイス等が行えない。また、そうするための人的・時間的余裕がない。
- 創業される行政区において公的支援メニューにバラつきがあり、町内居住者が他地域で起業する場合の案内が難しい。
- 相談事務のマニュアル化・創業準備が不十分で事業化が難しい創業相談者への対応方法。
- 外国人創業希望者に対して、外国語に対応している資料や支援機関が少ない。
- 創業までは補助制度等による支援を行っているが、創業後の課題やニーズ等の詳細な把握までは十分に行えていない。（創業後の伴走支援に課題がある。）

人口規模：5万人以上10万人未満

- 職員間の資質に差があり、統一した支援マニュアルのようなものがあれば良いと考える。
- 支援に携わるメンバーが、基本的な経営に関する知識を持つことが必要であるため、メンバー向けの勉強会の開催も必要ではと考えている。
- 市独自の補助金目当てで創業する方が多く、自助努力が感じられず、継続して事業運営できるかが課題である。
- 創業セミナーや市の補助金には時期的な都合があり、相談および創業のタイミングが合わないとな十分な支援が受けられないこともある。
- 市の窓口で専門家がいないため、民間の創業支援事業者に頼りすぎになっている。

- 支援メニューが整っていないこと。
- 創業に関する専門的な相談の案内先に苦慮している。
- 各支援機関が創業相談を受け入れている現状で、創業希望者が今どこに相談すべきか判断できないケースが見られた。
- 最近の傾向として、継続的な支援（次回の相談に繋がらない、特定創業認定に繋がらない等）につなぐことが難しいパターンがある。
- 创业者の支援について市を上げて積極的に取り組む施策・姿勢をアピールする必要性が必要。このため各種施策の検討・実行を通して PR する。【例】创业者向けサテライト・オフィスの完備、创业者支援補助金の創設など）
- 支援希望者の相談方法が電話と窓口のみの為、ZOOM やオンラインを活用して対応するなど相談方法の充実化が課題である。また、創業支援担当者の創業支援に関する知識をさらに深める必要がある。
- 法人設立を考える相談者に対しては特定創業支援等事業の活用で登録免許税を軽減することができるといったメリットを伝えることができるが、個人事業主として創業したい相談者に対しては創業支援事業を利用することでの税制面のメリットはなく、補助金制度や融資制度に対する優遇について案内している。当市で個人事業主として創業することにメリットを感じることができるような施策等が必要であると考え。
- 潜在的な支援希望者の掘り起こしと、意識啓発（創業機運醸成）。
- 担当者による対応に差（知識や熱量など）が出てしまう。
- 担当が 1 人のため、1 日で相談対応できる件数に限りがある。
- 創業に関する相談は専門家派遣による方法で実施しているが、常時、創業に関する相談に対応できるよう中小企業診断士の資格を持った常駐のコーディネーターの確保が課題となっている。
- 支援できる事が限られているため横のつながり（連携）を充実させることが必要。

人口規模：10 万人以上 30 万人未満

- マンパワー不足など対応資源の充実化。
- 支援希望者に対して、窓口でご案内できる制度があまり充実していないこと。
- 市内の支援については説明できるが、国や都の制度についてはその都度分かる範囲での案内しかできていない。
- 担当者が不足しており、積極的な支援はできていない。
- 創業希望者の属性（男性・女性、学生・主婦・シニアなど）ごとにきめ細かい支援ができていない。
- 土業相談と別部署なので、専門的な話はワンストップ相談できない。
- 市職員の創業に対するノウハウを培う必要がある。効果的なイベント、補助金等で本市で創業するきっかけおよび利点を今後つくっていく必要がある。
- 担当者のスキルレベルによって対応に差が出てしまう。支援機関に必ずしもマッチしない相談の受け皿をどうするか。
- 様々な制度があるので、その方に一番適正な制度をご案内することが難しい。
- 市職員は人事異動があるため、ノウハウや知識の蓄積が難しい。専従ではないため、創業支援に専念する時間が限られている。
- 創業対応のチェックシートや国県の制度がわかりやすく集約されたものがあれば、担当者の技量や経験に頼らず対応できる。
- 創業後、継続して創業できているかについて、追跡調査を行いたいところであるが、近年のひとり起業や EC サイトを通じた形態では実態把握が困難な場合がある。（連絡先等も変更している例も多く、廃業等センシティブな話題

は伺いにくい側面もある。)

- 創業希望者が気軽に利用しやすいスペース（情報提供・相談・コワーキングスペース）が設置できれば、より効果的と考えている。

人口規模：30 万人以上 50 万人未満

- セミナー終了後のフォローアップができてない。
- 支援希望者から相談を受けても、市だけでは対応しきれず、他の支援機関へ回してしまうこと。

人口規模：50 万人以上

- 本地域で支援希望者（創業者・創業希望者）から、よく相談されることは「地域内に事務所がない」である。2021 年度までインキュベーション施設があったが、事情により閉鎖となった。そのため、事務所不足はより顕著な課題となったと想定される。

(7) ヒアリング調査結果（創業支援希望者への柔軟な対応・課題）

- 相談内容としては実務的なものが多いが、それらは商工会議所をお願いしている。補助金は市が担当している。商工会議所と市で相談対応のすみ分けが出来ている。すぐ隣に商工会があるので、相談者と一緒に相談に行き、三者で相談できる。
- 窓口側としても法人の立ち上げや事業計画書作成、借入方法の知識・ノウハウが十分でないと感じる。県の支援拠点を活用して横のつながりでカバーしたいところだが、マンパワー不足が課題。
- 商工会、金融公庫ともに創業コンシェルジュという認識があるため上手く対応している。
- 当課には民間にいた人を多く配置している。一番対応できていないと感じることは不動産関係。せっかく良い事業計画を立てても、出店する場所がないこともあり、心苦しい。
- 潜在的な創業希望者とネットワークを構築していた状況で、異動で創業支援の担当者が変わると潜在的な創業希望者のニーズに対応できなくなってしまう。認定市町村等ではローテーションがあり難しいが、本当は長期的に携われる状況が良いと思う。
- 相談ニーズは日々変化しており、令和2年は融資相談、令和3年以降は、コロナ禍でのビジネスチャンスを狙う起業・副業相談が増えた。資金の相談は出来るが、経営のマネジメント相談（販路相談）もあるが、なかなか回答が難しく、相談者の選択肢を広げることをしていきたいと考えている。
- 創業支援のプロジェクトマネージャーを用意している。現状3名だが、人材の確保が課題。特定創業支援については1ヶ月に4回の面談をしているが、4回では相談が収まらなかったり、スケジュールの都合がつかず、計画通りの面談が出来なかったりする。
- 行政の支援を希望する方には、大きく2つ対応をしている。①市の商工労働政策課の中に事業者の伴走支援を専門にする「地域ビジネス支援室」があるので、そこにつなぐ。②専門性の高い支援内容の場合、外部の専門家（コーディネーターと呼んでいる）を派遣している。
- インターシップ事業を実施し、それを経て関係性を作り、移住、定住された創業相談者が多い。

4. 提言

(1) 創業支援事業および創業機運醸成事業の実施状況・課題および支援ニーズについて

創業支援事業の実施状況については、「相談窓口」と「創業塾/創業セミナー/創業スクール（特定創業支援事業）」は多くの自治体で取り組まれており、その他の取組については実施状況にばらつきがある現状がうかがえた。また、取組に当たっての課題では、多くの取組において「実施効果の把握・補足」が課題となっている。この現状から、今後の支援の方向性としては、取組における「実施効果の把握・補足」について、ノウハウの共有を図り、重点的に支援していくことが望ましいと考える。なお、多くの自治体で取り組まれている「相談窓口」については、「実施効果の把握・補足」の他、「運営ノウハウ」も課題であり、「創業塾/創業セミナー/創業スクール（特定創業支援事業）」については「広報・周知」も課題とされている。これらについても注目し、積極的に支援していくことが望ましい。

創業機運醸成事業については、既に実施している自治体は 26%程度にとどまっている。そして、「未定・わからない」が 3 割強となっていることから、中小機構より実施の必要性について強調、発信していくことが望ましい。なお、創業機運醸成事業について取り組んでいる自治体に取組の課題をうかがったところ、こちらも創業支援事業と同様に、多くの取組において、「実施効果の把握・補足」が課題となっていることが明らかになった。創業機運醸成事業の実施に関しても、支援を行う際には「実施効果の把握・補足」に注目するべきであろう。なお、その際には創業機運醸成事業の効果とはどのようなことなのか、どのような比較をもって効果とするべきなのかを専門家の意見も含めて検討することが望ましい。

さらに具体的な支援ニーズとして、「今後利用を検討したいメニュー」に注目すると、「創業支援に関する最新事例・参考となる事例の提供」が最も高い。ヒアリング調査からも、他市町村との情報共有の機会が少ないという意見が複数みられたことから、事例提供のニーズはかなり高いものであると考えられる。

事例提供に関する今後の支援の方向性としては、自治体の大きさによってリソースの違いがあることが考えられるため、様々な条件（人口規模、地域性等）の事例を収集し、閲覧しやすい形で共有することが望ましい。なお、事例提供以外の「今後利用を検討したいメニュー」は、30 万人以上のような人口規模の大きい自治体では、「創業者の交流・ネットワークの場の提供」は 4 割前後と高くなっており、「30 万人以上 50 万人未満」では「創業機運醸成に資するイベント・セミナーの開催支援（講師紹介・講師派遣・共催イベント開催・企画プログラム組成サポートなど）」が 5 割となっていることから、こちらも支援ニーズが高いと考えられる。このような自治体規模の大きさによる支援ニーズの違いに注目して、今後の創業支援等事業計画機能強化事業を検討・実施していくことが望ましいと考える。

(2) 分析を踏まえた示唆

1) 創業支援・創業機運醸成事業の実施支援

創業支援事業の実施について、自由記述およびヒアリング調査では、自治体によって人員不足、予算不足、支援機関との連携不足といった様々な課題があり、思うように取り組めていない現状があることがうかがえた。

なお、創業支援施策の実施状況について、取組の数別に集計したところ、創業支援施策数が多いほど、創業者が増加したと実感する割合が高い。支援の方向性としては、自治体が地域の実情に応じて、複数の施策によって複合的な創業支援施策を行っていきけるように支援することが望ましいと考える。

(%)

		調査数	創業者が増加したと 実感する割合
創業支援 取組実施数	1取組	13	15.4
	2取組	47	21.3
	3取組	82	31.7
	4取組	75	38.7
	5取組	102	39.2
	6取組	99	35.4
	7取組	116	47.4
	8取組	101	57.4
	9取組	67	62.7
	10取組	55	63.6
	11取組	32	56.3
	12取組以上	65	75.4

一方で、創業支援事業に取組に当たった課題では「実施効果の把握・補足」が多くの施策で課題としてあげられている。施策の実施による効果の測り方が不明の状態では、自治体としても人的、資金的なリソースをかけて実施を継続していくこと、取組内容をより良いものにしていくことは難しいであろう。なお、自治体が中小機構へ求める支援メニューとしては、「創業支援に関する最新事例・参考となる事例の提供」が最も高く、事例提供のニーズは高いものであると考えられるが、今後、中小機構より自治体へ事例提供の際には、具体的な施策による効果の把握方法についても合わせて提供することが望ましいと考える。

また、創業機運醸成事業については、既に実施している自治体は 26%程度にとどまっている。創業機運醸成事業については創業支援事業以上に、その必要性を自治体へ向けて発信するとともに、地域の規模や実状に応じて取り組みやすい事例やノウハウの共有が必要であると考ええる。

2) 創業支援の体制・連携について

ヒアリング調査や自由記述における回答より、「創業支援者の連携・ネットワークの拡大・強化」および「施策の実施部門との連携・交流」は創業支援事業において重要な要素であることが示唆された。この「創業支援者の連携・ネットワークの拡大・強化」および「施策の実施部門との連携・交流の仕組み」の状況を、その有無別に下記①～④のように区分した。

		他施策の実施部門との連携・交流の仕組み	
		仕組みが出来た	仕組みが出来てない
創業支援者の連携・ネットワークの拡大・強化	拡大・強化された	①	②
	拡大強化されていない	③	④

この①～④について、「創業者が増加したと実感する割合」はそれぞれ以下のようにになっている。

創業者が増加したと実感する割合

		他施策の実施部門との連携・交流の仕組み	
		仕組みが出来た	仕組みが出来てない
創業支援者の連携・ネットワークの拡大・強化	拡大・強化された	① 70.5% (n=210)	② 47.6% (n=143)
	拡大強化されていない	③ 66.7% (n=12)	④ 18.6% (n=86)

④の『「創業支援者の連携・ネットワークの拡大・強化」も「施策の実施部門との連携・交流」も出来ていないと①～③の差は下記のとおり。①の『「創業支援者の連携・ネットワークの拡大・強化」も「施策の実施部門との連携・交流」も出来ている』では④の『「創業支援者の連携・ネットワークの拡大・強化」も「施策の実施部門との連携・交流」』と比べて、創業者が増加したと実感する割合は50%以上上回っている。

創業者が増加したと実感する割合

		他施策の実施部門との連携・交流の仕組み	
		仕組みが出来た	仕組みが出来てない
創業支援者の連携・ネットワークの拡大・強化	拡大・強化された	① ④と比較して+51.9	② ④と比較して+29.0
	拡大強化されていない	③ ④と比較して+48.1	

以上から、「創業支援者の連携・ネットワークが拡大・強化」および「他施策の実施部門との連携・交流の仕組み」は創業者・創業希望者の増加のために重要な要素であると考えられる。なお、①と③が大きいことから「他施策の実施部門との連携・交流の仕組み」づくりの効果が特に高いと考えられ、積極的に支援することが望ましい。

なお、ヒアリング調査では、体制として創業支援者との連携体制は取れているが、定期的な情報共有にとどまり、有効に機能していない場合もみられた。ただ体制を構築するだけでなく、効果的な連携の在り方についても、成功事例のノウハウを自治体間で共有し、質の高い連携を目指すべきであろう。

3) その他の課題

・情報発信の課題

情報発信の課題については、人口規模別にみると、全ての規模において「効果的な情報発信の方法が分からない」が最も高い。また、情報発信に係る基準・マニュアル等の整備状況については、「基本的な方針や基準・マニュアル等はなく、各担当者が独自に工夫し、取り組んでいる」という認定市町村等が7割強であり、担当者が工夫し実施している傾向が高かった。

ヒアリング調査においても、具体的な支援ニーズとして、「（新聞や広報紙へ掲載するための）効果的に短時間で記事を作成できるようなフォーマットを配布いただけると担当者としては有難い」という意見があったことも踏まえて、情報発信のフォーマット、マニュアル案を整備し発信することで、認定市町村等における効果的な情報発信の方法が分からないといった問題やマンパワー不足、予算不足といった問題へアプローチできるのではないかと考える。

また、効果的な情報発信については、情報発信を専門とする外部機関との連携の在り方を模索し、効果的な方法を構築し共有することが良いと考える。

・地域のニーズ把握

ニーズ把握の状況は、7割以上が「十分に把握できていない」と回答しているが、地域の創業者ニーズ把握のための取組状況をニーズ把握の状況別にみると、＜十分に把握している＞では、「セミナー・講座参加時の聞き込み」「アンケート調査の実施」「相談窓口で創業者の意見を収集・集約」といった取組において＜十分に把握できていない＞を全て上回っている。

地域の創業者ニーズを把握するため、どのような取組を行っていますか

(調査数:実数、横%)

		調査数	セミナー・講座参加時の聞き込み	アンケート調査の実施	相談窓口で創業者の意見を収集・集約	把握するための取組は行っていない	その他
全体		803	27.9	14.2	56.2	27.5	3.7
ニ ー ズ の 把 握 状 況	十分に把握している	42	40.5	35.7	90.5	2.4	—
	十分に把握できていない	587	27.4	12.1	53.3	30.7	4.6
	わからない	172	25.6	15.7	57.6	23.3	1.7

地域のニーズの把握について、ヒアリング調査では次のような意見を収集した。「過去に創業補助金を申請して交付した方 100 名を対象にアンケートを実施した。アンケートについては効果がみられており、今後も継続予定である。アンケート結果は税務相談が非常に多く、創業支援窓口で税務相談窓口先（国税など）を紹介するようにした。次に融資の相談が多いが、日本政策金融公庫を紹介するようにしている。」このように、アンケート等の実施によってニーズを把握し、施策に反映することが望ましいと考える。

一方、別の自治体では「利用者に対して毎年アンケートを実施しているが、分析提案は単年度に留まっており、結果の経年分析や結果を受けての翌年度施策への反映は現状できていない。3 年程度の複数年度での分析等が必要で、感覚的なものだけでなく、ビッグデータの活用なども取り入れることがサービス向上に繋がると考えている。」との意見もあり、地域のニーズ収集については実施だけでなく、データ分析や施策への反映の手法についても支援することが望ましい。

・創業希望者への対応

創業希望者への対応について創業者・創業希望者の増加有無別にみると、「そう思う」では＜十分に出来ている＞と＜十分とはいえないが出来ている＞をあわせた『出来ている』は 88.0%、「そうは思わない」では「出来ている」は 65.7%と、20 ポイント以上差がある。

創業希望者の状況や課題をよくヒアリングすることが出来ていますか （調査数：実数、横％）

		調査数	十分に出来 ている	十分とはいえ ないが出来て いる	出来ていない	出来ている
希 創 望 業 し 者 者 た が ・ 増 創 加 業	そう思う	400	16.5	71.5	12.0	88.0
	そうは思わない	140	11.4	54.3	34.3	65.7
	わからない	313	8.3	65.2	26.5	73.5

以上の結果から創業希望者の状況や課題をよくヒアリングすることは重要であると考えることが出来るが、本調査では十分な対応が出来ない理由もうかがえた。自由記述に記載された内容に注目すると次のような意見がみられる。

- 担当者に専門的知識がなく、建設的なアドバイス等が行えない。また、そうするための人的・時間的余裕がない。
- 担当者が起業、経営に関する最低限の知識を持っていないと、相談窓口として機能しない。
- 担当者のスキルレベルによって対応に差が出てしまう。支援機関に必ずしもマッチしない相談の受け皿をどうするか。
- 市職員は人事異動があるため、ノウハウや知識の蓄積が難しい。専従ではないため、創業支援に専念する時間が限られている。

上記から、創業支援希望者への対応における重要な課題のひとつは創業担当者の知識・スキル向上と考える。なお、ヒアリング調査によると、人事異動の際の引き継ぎにおいて事務的な業務は引き継ぎ資料等があるが、創業支援者とのネットワーク形成等の実務的な事柄に関しては引き継ぎが難しく、またセミナー等はないという状況であった。このような状況であることから、創業担当者向けの研修会の実施は需要が高いものと考えられる。

また、創業支援担当者向けの研修会の実施の他、基本事項を押さえたマニュアル作成・配布、創業対応のチェックシートの配布、情報発信等の際のフォーマットの配布などを行うことで、多忙な創業支援担当者の業務効率化を実現し、ヒアリングスキルや対応能力、連携機関とのネットワークづくり等を行う時間の確保に繋げることが望ましい。さらに、研修会の実施によって、創業支援担当者間の横のつながりが出来る機会となり、事例共有や自治体間の連携等につながる機会となればなお望ましいものとする。

(3) 有識者からの提言

執筆頂いた有識者：早稲田大学商学学術院 商学部 清水洋教授

① 人口規模による創業支援、創業機運醸成事業への取組状況、課題、支援ニーズの違い

実施効果の把握や捕捉に課題を持っているところが多いことは、きわめて重要な発見であり、大きな課題である。今回の調査で浮き彫りになったことは最も深刻に受け止め、対処すべき課題ではないだろうか。エビデンスに基づく政策立案（EBPM）にとっては、効果の把握・捕捉は極めて重要である。これが上手くできなければ、政策ははやり流されやすくなり、体系的にアップデートしていくことは難しい。創業支援やその機運醸成を行う前の段階から、どのようにその後のデータを収集していくかを考えたうえで、施策を実施していく必要がある。

人口規模が大きい都市部ほど、創業支援、創業機運醸成事業への取組が多くなっていることが見られた。これは、都市部ほど、創業機会や創業のために必要な補完的な資源が多く存在していることがうかがえる。さらに、創業支援の効果が現れている属性も規模により異なっている。人口の規模に応じて、求められる支援の内容にも違いがみられる。

今後利用を検討したいメニューでは、「創業支援に関する最新事例、参考となる事例の提供」が最も多かった。これは、1万人未満の地域でもっともニーズが大きい。人口規模が小さくなると、支援数が少なくなっていくため、ベストプラクティスが溜まりにくい。だからこそ、創業支援、創業機運醸成事業のプロセスやその効果などの共有へのニーズが高いと言える。人口規模別に創業支援に関する最新事例、参考となる事例の提供は効果的であろう。また、人口の規模が大きいところでは、創業の内容の多様性が多いことがうかがえる。創業の内容に応じたベストプラクティスの共有の必要性もある。

・中小機構が、今後、更に「行っていくべき支援」メニューについて

ネットワーキングやベストプラクティスの共有など、創業支援の支援については要望が多い。この点は、新たに行っていくべき支援である。また、今回の調査からは課題も多く見られた。特に効果の測定やニーズの把握などは大きな課題である。新たに行う支援を考えていくことと同時に、現在の課題を克服していくことが求められている。

・全国一律の支援メニューの提言の有効性について

次の②でも指摘しているが、全国一律の支援メニューは情報の多重利用という点で有効である。これがあることにより、地域の多様なニーズに特化したかたちで支援を行うことができるのではないかな。

・中規模・小規模自治体におけるオンライン支援の拡充や、他機関との連携による相互補完などについて

ニーズが多様で、ロングテールだとすれば、それぞれの自治体だけではカバーしきれない。だからこそ、連携は大きな意味があると考えられる。

・今後の創業支援等事業計画の推進において取り組むべき課題と対応策

エビデンス・ベースの支援につなげるためにも、支援の効果の測定を行えるような体制づくりが重要である。

- ・創業機運醸成事業について

創業機運醸成事業については、自治体において創業機運醸成事業に取り組む意義や必要性など、丁寧に理解を進めていく必要がある。また、地域の他機関とも連携してそれぞれの地域の特色を出していくことも必要ではないだろうか。また、機構としては失敗も含めた情報の共有が欠かせないし、③で指摘したような評価の枠組みの変更も大切だと思う。

- ・自治体の産業振興部署の枠を超えた関係の構築の必要性

必要性は高いものとする。この点についても各自治体間での支援体制のつくりかたについての情報共有がなされると良いのではないだろうか。

② 周知・情報発信について

周知・情報発信のための課題も、人口規模による違いは出ている。人口規模が大きくなると、ニーズも多様化するため、効果的な情報発信の方法も多様なものになるだろう。人口の規模が小さければ、マンパワーが足りないという課題が出てくる。情報発信は専門性が高いものの、専門で行う職員がいる自治体は少ない。

情報発信は、これまでに比べると低コストで効果的に行えるようになってきている。周知・情報発信のツールの理解を促進する取り組みをする意義はあるだろう。また、この領域では専門家が多く存在しており、プロジェクト型でそのような専門家にかかわってもらうことも効果的だろう。

- ・創業者のネットワークや支援機関のリソース、自治体の他部署のリソースの活用

多重利用できる経営資源は多重利用することが大切である。この点は④でも指摘している。

③ ニーズ把握のための取組

ニーズの把握は大きな課題であることが見てとれる。創業を考える人からの相談によりニーズを把握したり、創業についてのセミナー参加者に対するアンケート調査を行っている自治体もあるが、総じてニーズの把握は大きな課題の1つだろう。

ここで注意が必要なのは、ニーズの把握が、既存の潜在的な起業家に偏ってしまうことである。ニーズの把握の対象を相談者や現在創業している人にとすると、ニーズの把握が偏る。現在は、創業は考えていない人や当該地域には住んでいない人などは、ニーズの把握の対象から外れてしまう。さらに、創業支援担当者や相談者がまだ認識していない創業のニーズに気がつかない可能性がある。その地域の人々が重要なリソースだと思っているモノゴトに対する固定観念もあるかもしれない。

この点は、周知や情報発信を行う対象についても同じである。多くの自治体は、自らの創業支援、創業機運醸成事業の対象をその自治体で創業している人あるいは、創業を考えている人であろう。ただし、他の自治体でビジネスを行う方が効果的な場合もあるだろう。それぞれの地域がもつ経営資源はさまざまであることから、多くの潜在的な創業者への働きかけを行う方が効果的だろう。

これらの点からすれば、自治体間の連携が極めて重要である。さらに、この創業支援、創業機運醸成事業の成果の評価も、当該自治体での創業促進だけでなく、当該自治体からの創業促進に変わっていくべきであろう。

④ 創業希望者への対応

人口規模が小さくなると、創業希望者への対応がマンパワーの不足により十分にできていないという傾向がうかがえる。マンパワー不足は、創業希望者の対応だけでなく、さまざまな領域で見られる。実際に、認定時からの予算規模が増えたと回答している自治体は、増加していない自治体と比べると、創業者・創業希望者の増加や域内における創業機運醸成の取組が活性化したと答えるオッズ比がおおよそ2～3となっている。このことは、予算規模を増やすことの効果は顕著にあることを示唆している。

計画認定時からの予算規模の増加の効果の推定（オッズ比）

	(1)	(2)
VARIABLES	創業者・創業希望者が増加した	域内における創業機運醸成の取組みが活性化した
計画認定時からの予算規模の増加	2.874***	1.912***
	(0.435)	(0.302)
創業支援にかかる担当職員数	0.998	0.999
	(0.00305)	(0.00278)
創業支援にかかる予算	1.000	1.000
	(6.63e-06)	(6.15e-06)
Constant	0.632***	0.318***
	(0.0557)	(0.0318)
Observations	841	840

Standard Error in parentheses, *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.1$

ただし、予算の増加は、創業者や創業希望者を増やせたり、機運の醸成がより促進できたりするであろうという見通しがあつてのことであろう。さらに、マンパワーを増やすことができれば良いが、それを担う人材には高い専門性やノウハウが必要なものもあり、規模を拡大できる自治体には限りがあるだろう。そのため、マンパワーを増やすことなく、きめの細かい対応ができないかを検討することも重要である。

その点で、創業についての基本的な事項についての相談と、その地域に特殊的なポイント、あるいは創業の属性に特殊なポイントなどについての事項を上手く切り分けることができるかは大きなポイントであろう。おそらく基本的な切り分けはできずであり、前者についてはオンラインなどである程度全国共通にした上で、各自治体は後者を中心に支援を行うという専門分化ができれば、各自治体は地域的な特色を活かした支援に集中できる。

また、創業支援者の配置転換により、専門性がたまりにくいという課題もある。これは、自治体職員のキャリアアップの一環でもあり、すぐに変更することは難しい。そのため、創業支援者の支援として、講座の提供や他の自治体の創業支援者とのネットワークの構築は効果的だろう。

また、情報の共有では、ベストプラクティスに目が行きがちだが、失敗の共有も極めて大切である。創業支援、あるいは創業機運醸成の試みが多くなってくればくるほど、失敗も当然多くなるであろう。その点で、上手く行かなかった原因を分析した上で、共有することを、創業支援、創業機運醸成事業の評価に組み込むことの意義は大きい。これにより、失敗が単なる失敗ではなく、より効果的な支援のための積み重ねになる。また、失敗をネガティブに評価すると、どうしても失敗

はおもてに出てきにくくなり、その結果、同じような失敗が繰り返される。その一方で、失敗の原因の分析とその共有をポジティブに評価することにより、自治体の創業支援の担当者の心理的安全性も保たれる。

創業機運を高めるための創業機運醸成事業については、自治体が行う意義はあると思われる。ただし、アントレプレナーシップの研究では、スキルと起業確率の間には逆U字型の関係が観察されている。つまり、起業の確率は、低スキルのグループと高スキルのグループで高い。そして、それぞれのグループでターゲットとするビジネスも、生存確率も異なる。そのため、創業支援や機運醸成についても異なるものが求められるはずである。

・自治体が行う創業支援としての、必要な具体的にプログラム・カリキュラム

どのような創業者の特性がその後に優れたパフォーマンスを上げるかについては、経営学や経済学において知見が既にある。それをまずは活かすのが良い。また、どのような創業を支援したいのかを中小機構側で明確にすることも大切である。そこがあいまいだと、ぼやけた支援になる。

・多様化する起業・創業のスタイルの中でどのようなプログラムを実施していくべきか

上でも指摘したが、創業といっても多様である。どのような創業を支援するのかは、支援する側が明確に考える必要がある。創業希望者全員に支援を行おうとすれば、その内容は汎用的なものとならざるをえない。自治体にゆだねるにしても、自治体が目標を明確にしなければ、支援もあいまいなものになってしまう。

・低スキルのグループと高いスキルのグループ、それぞれの支援について

学術的にはさまざまな知見が既に出されている。基本的にはイノベーションを生み出そうと思ったら、高スキルのグループの支援になる。典型的には経産省が行っている出向起業制度や客員起業家制度などが該当する。Employee Startup と呼ばれているが、これをいかに増やすかがポイントだと思う。低スキルのグループの支援は、保護的な政策は全体の生産性を低めるのでせずに、スキルアップのための支援を行うことが基本になってくると思う。

中小機構「令和4年度 産業競争力強化法にもとづく創業支援等に係る効果等調査」に関するコメント「創業機運醸成事業」に注目して

1. アンケート調査（単純集計）について

「創業機運醸成事業の実施」について、創業支援等事業計画の「計画に含まれている」と回答した自治体が調査数（848）全体の24%（205）しかないという点是由々しき事態といえる。

創業機運醸成事業は、「産業競争力強化法」を改正（2018年5月）して、「創業支援事業」の概念を拡大させ、「起業無関心者」向けの創業普及啓発事業を行うことを目的とした事業である。GEM（グローバル・アントレプレナーシップ・モニター）調査において、日本のアントレプレナーシップ（起業活動）は国別にみて低水準であるが、その大きな要因は、日本における「起業無関心者」の割合が7割程度と高い状態にあるとの指摘（中小企業庁編,2019）がある。日本の起業希望者の起業実現率は決して低い訳ではなく、同調査における「起業関心者（＝起業希望者）」に占める起業活動の割合をみると、日本は15%程度と米国に近い高水準にある。そこで、起業に無関心な日本の全国民に向けて起業家教育など創業機運醸成事業を実施し、創業の普及啓発を図ることで「起業関心者（起業希望者）」を増やすことが求められている。それが所期の目的ならば、創業支援等事業計画には創業機運醸成事業を予めビルトインしておくことが当然出来ていなければおかしい。

今回のアンケート調査結果によれば、「起業関心者」向けの創業支援事業としては、「相談窓口（99%）」「創業塾／創業セミナー／創業スクール（87%）」「補助金・助成金（66%）」「融資・保証（56%）」「情報発信（70%）」など基本的な創業支援メニューが既に実施されていることが分かる。そして、いずれも「効果が見られており、今後も継続予定」といった肯定的な政策評価をする回答が7～8割と多い。日本の起業希望者の起業実現率の高さを裏付けるアンケート調査結果になったといえる。「起業関心者」向けの創業支援事業は十分に機能しているといえようが、敢えて課題を挙げるとすれば、自治体における「広報・周知」や「実施効果の把握・捕捉」といった点であろう。

一方で、「起業無関心者」向けの創業機運醸成事業は、「既に実施している」との回答が26%と少なく、今後についても、「実施の必要性を認識しているが、現時点で具体的な検討予定はない（21%）」「実施する予定はない（19%）」「未定・わからない（31%）」といった消極的な対応を示す自治体の回答が7割と多い状況にある。自治体が直接的に実施していないにしても、「セミナー」「ビジコン」「起業家教育」「コミュニティ形成支援」「キャリア形成支援」「イベント」といった創業機運醸成事業のメニューは、地域の金融機関・教育機関・まちづくり会社・コーディネート機関など地域の各種団体が実施していることが考えられる。しかしながら、地域における創業機運醸成事業（自治体以外の団体の取組を含む）の実施状況は、「セミナー（33%）」がやや多く見られるものの、その他のメニューは1～2割にとどまるといった回答であった。ここにはギャップがあり、自治体が地域の民間レベルで実施されている創業機運醸成事業と同様のサービスメニューについて認識不足の状況にあることが推測される。そのような状況のもとでの政策評価は、「効果が見られており、今後も継続予定」との回答が7～8割と多いが、母数も少ないので参考になりにくい。アンケートに回答する自治体の立場からすれば、そもそも創業機運醸成事業というものがよく分からないので、現在も今後も実施することが難しく、その政策評価などましてや出来ないといった総意なのだろう。

国（中小企業庁）は、90年代後半から中小企業政策として創業支援を展開してきた。2014年の「産業競争力

強化法」施行後は、「創業支援事業計画」の認定を受けた地域単位（市区町村の基礎自治体）での創業支援が進められてきた。同法に基づいて「創業支援事業計画」の認定を受けた市区町村が大半であり、今回のアンケート調査においても回答数 859 自治体のうち、99%（850）が「認定済」である。

創業支援等事業計画の認定・実施を通じて、「域内における創業支援者の連携・ネットワークが拡大・強化され（57%）」、「域内における創業支援の取り組みが活性化した（60%）」「域内の創業支援ニーズを収集する仕組みができた／充実した（52%）」との効果が出てきたとする自治体が過半となった。「産業競争力強化法」にもとづく創業支援（創業機運醸成事業を含む）は、市区町村（基礎自治体）が創業支援等事業者（認定支援機関・経済団体・金融機関等）と連携した創業支援ネットワークを構築し、地域ぐるみで創業支援を実施することが想定されている。その意味では、創業支援等事業計画の認定・実施のスキームが効果的に機能しているものと評価できよう。

ただ、創業支援等事業計画が「域内における創業機運醸成の取り組みを活性化した（29%）」との回答割合が少なく、「わからない（49%）」との回答が目立つ。本来、創業機運醸成事業のように、支援対象が広く、地域の全ての住民を対象とするような啓蒙普及事業については、教育の現場でもあり、地域ぐるみの創業支援体制を構築できる市区町村（基礎自治体）においてこそ効果を発揮しやすいはずである。もちろん、教育（起業学習）の効果はすぐに表れず、啓蒙普及（起業家文化の形成）には長い時間を要するので、効果が「わからない」という回答が多くなってしまうことは、容易に想像できよう。

創業者・創業者希望者のなかで、特に効果が現れてきている属性については、「女性（62%）」が最多で、次に「若者（46%）」と続く。日本の「起業無関心者」層として、女性と若者の比率は高いとされる。創業機運醸成事業は実施していないが、「女性」「若者」といった「起業無関心者」層における創業支援の効果は現れてきている、といった見方によっては矛盾する回答結果となっている。

「創業機運醸成事業の取組の拡大（新施策の導入）」および「創業機運醸成事業の取組の強化（既存施策の改善）」といった今後の課題に関する質問に対しては、いずれも「わからない」と回答する自治体が4割弱と多かった。そのような中、中小機構が今後立ち上げる支援プログラムに対しても、「創業機運醸成に資するイベント・セミナーの開催支援（22%）」や「創業機運醸成に資する動画コンテンツの提供（4%）」といった創業機運醸成事業に関する支援を求める声は大きなものではない。ただし、そもそも自治体が地域における創業支援策のニーズを「十分に把握できていない（73%）」といった問題がある。ましてや、潜在的なニーズの把握や「起業無関心者」の実態把握となれば、自治体にとってのハードルはより高いものとなるだろう。

「女性」「若者」といった「起業無関心者」層に対し、自治体の知らないところで何らかの啓蒙普及（創業機運醸成事業メニューと近い内容）が行われている（いた）のかもしれない。女性や若者の起業家コミュニティをベースに先輩起業家のロールモデルから学習し、起業無関心者が希望者となり、次の世代の起業家へとステップアップする事例を目にすることがある。ただ、「コミュニティ」というものは内なるインフォーマルなもので、フォーマルな「組織」と違って可視化が難しい。自治体がこうした起業家コミュニティを知らないことは無理もない。そもそも起業無関心者は、起業家コミュニティへ直接アプローチしないだろう。起業無関心者は、「起業／創業」を正面から掲げたもの（セミナー・イベント等）に参加してこない。起業無関心者は、地域の住民の大半を占めているといってよい。そうすると、地域の住民に共通したテーマである「地域づくり」「まちづくり」といった一見すると起業と全く別の事業（人口減少、移住・交流人口対策など）として実施された人材育成や学習支援において、起業無関心者層へのアプローチの鍵がありそうだ。実際、今回の創業支援アンケートにおいても、「他施策との連携（移住促進・地方創生・まちづくり・農商工連携など）」を課題に挙げる自治体が66%と多く、「他施策の担当者（組織内・外）との交流・連携」が実施体制の課題として挙げる自治体も58%と多かった。

ここに核心的な論点が見て取れる。

自治体にとって、起業とは第一義に起業家（アントレプレナー）の誕生なのであり、そうした人材を地域内で輩出したり、地域外から呼び込むことが地域活性化・地域づくりの担い手を増やすことにつながる、といった大きな文脈で捉えているのではない。当該自治体の人口規模や産業構造など背景は違えども、地域活性化・地域づくりには「よそ者・若者・バカ者」に期待が集まるように、「多様性」がポイントになる。多様なテーマの多様な起業家の輩出・育成といった文脈となれば、それは自治体にとって多様な政策テーマを解決する地域人材の輩出・育成と同じことになる。当然、産業振興部門（創業支援担当）だけではなく、他部門との連携や公民共創のようなオープンな仕組みが求められる。ほぼ全住民（移住・関係人口を含む）を対象とする「起業無関心者」向けの創業機運醸成事業とは、地域人材の輩出・育成という自治体の大テーマに対して、アントレプレナーシップ教育を軸に、自治体の部局に横串を刺し、さらに地域ぐるみでの人材輩出・育成の仕組み（公民共創の地域プラットフォーム）づくりの契機になる可能性を持ったヘビーな案件といえる。それだけに、大局観のない産業振興部門の創業支援担当者にとっては「よくわからない」事業に映ってしまうことはやむをえない。

2. 創業機運醸成事業に関する若干の政策的含意

今回のアンケート調査においては、「起業関心者」向けの創業支援事業が概ね機能しているといった政策効果を測定することができた。そもそもアンケート調査とは、仮説検証に利用するので、政策評価のための調査方法として妥当なものである。ただ、アンケート調査は過去の検証のみで、未来を創造する仮説導出には不向きである。そこで、新たな政策・施策を企画立案する際、仮説を導出するための先進事例に対するヒアリング調査を行うことが多い。今回、中小機構では、アンケート調査に対する補完的な意味でヒアリング調査を実施している。「起業無関心者」向けの創業機運醸成事業のように、現場（自治体）での認知度が低く、抜本的な制度改革を要しそうな案件には、アンケート調査よりもヒアリング調査からの含意が参考になる。筆者は、いくつかの自治体のヒアリング調査に同席したので、そこでの事実発見を踏まえて、以下、創業機運醸成事業に関する若干の政策的含意を示したい。

長山（2022）において、すでに示しているが、創業機運醸成事業は地域ぐるみの仕組み（地域プラットフォーム）により実施すべきであることから、それぞれの自治体の地域の固有性や地域の実情に合った創業支援制度を設計することが望まれる。先行研究（岡室,2006）において、日本の地域（市区町村・県内経済圏）別の開業要因分析の結果では、高い人口増加率、低い賃金、高い失業率、低い持ち家比率、高い大卒比率と専門職比率、高い事業所密度、低い製造業依存度、事業所の平均規模の大きさ、交通アクセスの良さ、低い地方公務員比率といった項目が開業率に有意な影響を与えていることが分かっている。地方の工場都市や農山村よりも大都市圏の方が創業しやすいというのは自明の理である。ただ、こうした計量的分析から見て、明らかに新規開業に不利な条件の地域であっても、地域づくりの担い手となる起業家（アントレプレナー）が次々に輩出・育成されているケースも散見される。人口減少・過疎化のすすむ中山間地域においては、確かに量的にみて起業家の数としては少ないかもしれないが、そうした人材は地域活性化・地域づくりの新しい担い手となるので当該地域に与えるインパクトは大きいものとなる。

今回のヒアリング調査のなかでは、長野県辰野町の事例はその点で示唆に富む。辰野町は、人口2万人の中山間地域であり、交通アクセスは悪く、新規開業の条件不利地域といえる。ただ、国の地方創生がはじまった2014年頃から、辰野町には、移住起業家が増えており、空き家問題や商店街消滅などの地域課題の解決に大きなインパクトをもたらしている。2014年からの空き家への入居成約件数は約200軒（成約率約80%の空き家バンク）を超え、文字通りのシャッター商店街であった「トビチ商店街」には38店舗が新規出店（2017.4～2022.1）するに至っている。辰

野町では産業振興課において創業支援事業を実施しているが、担当者が兼務で空き家問題や商店街対策にも関わっている。辰野町では、こうした複合的な地域課題に対し、民間のまちづくり会社と連携し、面白いことの好きなユニークな人材を呼び込んで巻き込むスタイルにて対応している。具体的には、一般社団法人〇と編集社と、株式会社TUGBOATの2つのまちづくり会社を核とした、地域人材創出のプラットフォームである。今では、100名程度（関係人口を含む）の地域人材が辰野町に集まり、つながり、地域の課題解決につながる社会的価値を生み出している。ここでの地域人材のなかには、辰野町に移住し起業する者や、二拠点居住で兼業・副業しながら起業する者など多様なアントレプレナーが含まれている。創業機運醸成事業という看板を出さずとも、起業に無関心であった移住者がステップバイステップで、起業希望者・準備者となり起業家に至るプロセスは同事業の所期の目的にかなっている。このプロセスにおいて、民間のまちづくり会社の果たす役割は大きく、移住者にとって総合的な生活支援をワンストップサービスする。空き家の紹介やDIYのリノベ、定住のための生活サポート、DIYした古民家を活用したビジネスの創出支援などである。

辰野町では、産業振興課の担当者が同じ分野でのキャリアが長かったこともあり、創業支援を地域人材の輩出・育成という大局観と戦略性をもって実施していた。基礎自治体の新しい地域産業政策として、総務省「自治体戦略2040 構想研究会」報告では、2040年頃の人口縮減時代に向けて、公・共・私の協力関係を再構築し、住民生活のニーズを満たす「プラットフォーム・ビルダー」へと転換することを自治体に求めている。さらに、アントレプレナーシップを促す地域プラットフォームの持続的な仕組みづくり（設計者・ビルダー）の役回りに徹することを意識しており、その運営（プラットフォーム・オーナー）は民間のまちづくり会社にまかせるといった公民共創スタイルを堅持している。かかる事例を踏まえると、創業支援に関わる人員不足や予算不足といった自治体サイドの問題は近視眼的なものに映ってくる。辰野町に見られる上手な仕組みは、小規模自治体で民間のプレイヤー数も少ないからやり易いといった側面が多分にあるだろう。

同じ基礎自治体でも、政令指定都市のように大規模なケースでは、政令指定都市のように大規模なケースでは国や県と階層的なスキームの中で仕組みづくりは複雑なものとなるため、基礎自治体がどのように創業支援を行うかは様々である。今回調査の一環でヒアリングした新潟市の場合、各種施策の展開が効果的となるよう、県との連携を意識しているとのことであった。創業支援において新潟市では、創業支援等事業計画に基づき、創業をテーマとしたセミナー開催や事業計画の策定支援に加え、創業に関するノウハウ等を学ぶ機会を提供するなど、伴走型で創業しやすい環境づくりに取り組む一方、経済成長のエンジンとして、イノベーションの担い手と期待されるベンチャー企業、スタートアップ起業については新潟県が中心となり施策を展開していた。このように地域の特徴や実情によって支援対象となる起業家像は異なってくる。

いずれにしても、地域活性化・地域づくりの担い手としての起業家をいかに増やしていくか。それは、基礎自治体にとって重要な政策課題になるのではないかと。また、その実現に当たっては、地域住民のほぼ全てが該当する「起業無関心者」を対象にした創業機運醸成事業のテコ入れが欠かせない。自治体には、創業機運醸成事業をビルトインした地域人材（アントレプレナー）輩出・育成の地域プラットフォームを公民共創で構築することが求められよう。

¹ 高橋（2021）はGEM調査を使って、「起業態度無し」グループの特徴を示す。①性別では男性よりも女性の方が全体に占める起業態度無しの割合が高い、②年齢別では18-24歳が他の階級と比べて高い、③就業形態別では専業主婦と学生が高い、といった結果を示した。

5. 調査票

①アンケート調査票

令和4年度 産業競争力強化法にもとづく創業支援等に係る効果等調査 調査票

ご回答期限：令和4年6月30日（木）までに
下記【回答方法のご案内】から回答手段を選んでご回答ください。

～回答はWEBからでも可能です～

アンケート専用 URL	https://ssforms.jp/sogyo2022/
ID: PASS:	

【回答方法のご案内】

アンケートは、下記の方法から選んでご回答ください。

回答手段	回答方法
パソコン	<u>WEBから</u> 下記のアンケート専用URLをお使いのインターネットブラウザのアドレス部分に入力し、画面の内容に従ってご回答ください。 アンケート専用URL https://ssforms.jp/sogyo2022/ ※URLの入力間違いにご注意ください ※ID・パスワードはこのページ上部に記載しております
	<u>弊社HPから</u> ①検索サイトで TSR を検索。 ②株式会社東京商工リサーチのトップページへアクセスし、中段左側の 現在実施中のアンケート調査 をクリック。 ③本調査ご案内から アンケートに回答する をクリックし専用サイトへ。 ※ID・パスワードはこのページ上部に記載しております
スマートフォン タブレット	お使いのタブレット・スマートフォン等で 右のQRコードを読み取り、 画面の内容に従ってお答えください。 ※ID・パスワードはこのページ上部に記載しております
紙面（郵送）	次ページから回答を直接ご記入いただき、 同封している封筒に入れて切手を貼らずにご投函ください。



ご回答者様・貴自治体の状況等についてお聞きします。

F 1 ご回答者様の属性についてお尋ねします。それぞれ空欄にご記入ください。

1	市町村名	
2	市区町村コード（6桁）	
3	担当者名	
4	所属部署	
5	役職	
6	電話番号	
7	メールアドレス（半角）	

※連絡先については、回答内容等により今後追加でヒアリングさせていただく可能性もございますので、ご記入願います。

F 2 創業支援等事業計画の認定状況についてお尋ねします。それぞれ当てはまるものを選択し、空欄にご記入ください。

1	認定状況	1. 認定済 2. 未認定（計画期間終了も含む）
2	認定回	（ ）回 ※認定回については直近認定（変更を含む）を記入願います。
3	単独認定／他市区町村との共同認定	1. 単独認定 2. 共同認定
4	創業支援機運醸成事業の実施	1. 計画に含まれている 2. 計画に含まれていない

F 3 貴自治体の状況についてお尋ねします。それぞれ当てはまるものを選択し、空欄にご記入ください。

1	自治体の人口規模 ※2021年度末時点	1. 1万人未満 2. 1万人以上5万人未満 3. 5万人以上10万人未満 4. 10万人以上30万人未満 5. 30万人以上50万人未満 6. 50万人以上
2	創業支援開始時期 （西暦）	西暦（ ）年 ※創業支援等事業計画の枠組みとしての実施開始時期
3	創業支援にかかる担当職員数	（ ）人 ※創業支援等事業計画の枠組みとしての担当職員数
4	計画認定時からの職員体制の変化	1. 増加した 2. 変わらない 3. 減少した
5	創業支援にかかる予算 ※2021年度	（ ）万円 ※創業支援等事業計画の枠組みとしての予算
6	計画認定時からの予算規模の変化	1. 増加した 2. 変わらない 3. 減少した

※4・6は貴自治体における創業支援等事業計画の認定年度と令和3年度を比較しての変化をご回答ください。

1. 創業支援事業・創業機運醸成事業・創業支援等事業計画に関する取組について

1-1. 貴地域における創業支援事業の実施状況、取組の効果に関する評価等についてお尋ねします。

(1) 実施状況

地域における創業支援施策の実施状況（貴自治体以外の団体の取組も含む）について最も当てはまるものを施策ごとに1つ選択してください。

回答項目	実施している	未実施（今後取 り組む予定／取 り組みたい）	未実施（今後取 り組む予定な し）
1 相談窓口	1	2	3
2 創業塾／創業セミナー／創業スクール（特定創業支援事業）	1	2	3
3 創業塾／創業セミナー／創業スクール（特定創業支援事業以外）	1	2	3
4 補助金・助成金	1	2	3
5 ビジネスプランコンテスト	1	2	3
6 交流会	1	2	3
7 専門家派遣（ハンズオン支援）	1	2	3
8 融資・保証	1	2	3
9 チャレンジショップ	1	2	3
10 コワーキングスペース	1	2	3
11 インキュベーション事業	1	2	3
12 利子補給	1	2	3
13 アクセラレーションプログラム	1	2	3
14 クラウドファンディング活用支援※	1	2	3
15 空き店舗の活用支援※	1	2	3
16 情報発信	1	2	3
17 オンラインプラットフォーム（オンラインサロン）	1	2	3
18 その他 []	1	2	3

※クラウドファンディング活用支援や空き店舗活用支援策に補助金・費用補助が含まれる場合、項目14又は15でご回答ください。

(2) 効果の評価

【(1)で「1. 実施している」を選択した施策についてお答えください。】

現在実施している施策について、その効果の評価について最も当てはまるものを施策ごとに1つ選択してください。評価についてはあくまで主観的な評価で構いません。

回答項目		効果が見られて おり、今後も継 続予定	ある程度の効果 が見られるが、 課題あり	十分な効果が見 られず、見直 し・終了予定
1	相談窓口	1	2	3
2	創業塾／創業セミナー／創業スクール（特定創業支援事業）	1	2	3
3	創業塾／創業セミナー／創業スクール（特定創業支援事業以外）	1	2	3
4	補助金・助成金	1	2	3
5	ビジネスプランコンテスト	1	2	3
6	交流会	1	2	3
7	専門家派遣（ハンズオン支援）	1	2	3
8	融資・保証	1	2	3
9	チャレンジショップ	1	2	3
10	コワーキングスペース	1	2	3
11	インキュベーション事業	1	2	3
12	利子補給	1	2	3
13	アクセラレーションプログラム	1	2	3
14	クラウドファンディング活用支援※	1	2	3
15	空き店舗の活用支援※	1	2	3
16	情報発信	1	2	3
17	オンラインプラットフォーム（オンラインサロン）	1	2	3
18	その他（ ）	1	2	3

※クラウドファンディング活用支援や空き店舗活用支援策に補助金・費用補助が含まれる場合、項目14又は15でご回答ください。

(3) 取組の課題

【(2)で『2. ある程度効果が見られるが、課題あり』と選択した施策についてお答えください。】

貴自治体が課題として捉えている内容について、最も当てはまるものを施策ごとに1つ選択してください。

回答項目	企画・内容・カリキュ	運営ノウハウ	講師・タレント・等々の確保	予算の措置・確保・実施	広報・周知	実施効果の把握
1 相談窓口	1	2	3	4	5	6
2 創業塾／創業セミナー／創業スクール（特定創業支援事業）	1	2	3	4	5	6
3 創業塾／創業セミナー／創業スクール（特定創業支援事業以外）	1	2	3	4	5	6
4 補助金・助成金	1	2	3	4	5	6
5 ビジネスプランコンテスト	1	2	3	4	5	6
6 交流会	1	2	3	4	5	6
7 専門家派遣（ハンズオン支援）	1	2	3	4	5	6
8 融資・保証	1	2	3	4	5	6
9 チャレンジショップ	1	2	3	4	5	6
10 コワーキングスペース	1	2	3	4	5	6
11 インキュベーション事業	1	2	3	4	5	6
12 利子補給	1	2	3	4	5	6
13 アクセラレーションプログラム	1	2	3	4	5	6
14 クラウドファンディング活用支援※	1	2	3	4	5	6
15 空き店舗の活用支援※	1	2	3	4	5	6
16 情報発信	1	2	3	4	5	6
17 オンラインプラットフォーム（オンラインサロン）	1	2	3	4	5	6
18 その他（ ）	1	2	3	4	5	6

※クラウドファンディング活用支援や空き店舗活用支援策に補助金・費用補助が含まれる場合、項目14又は15でご回答ください。

(4) 創業支援事業の実施にあたって活用している国・都道府県の補助金・助成金およびその他支援制度

貴自治体において実施している補助金・助成制度その他支援制度について当てはまるものをそれぞれ選択してください。なお、令和3年度事業の状況をご回答ください。

回答項目	自主財源のみで実施	国・都道府県等の制度を活用・併用	実施していない
1 創業補助金・助成金	1	2	3
2 空き店舗活用を目的とした創業補助金・助成金	1	2	3
3 地域おこし協力隊起業支援補助金	1	2	3
4 起業支援金	1	2	3
5 移住支援金	1	2	3
6 創業融資に関する利子補助・利子補給制度	1	2	3
7 創業融資に関する信用保証料補助	1	2	3
8 クラウドファンディング費用の補助・助成	1	2	3
9 ビジネスコンテスト優秀者への助成金・報奨金支給	1	2	3
10 その他の補助金・助成制度	1	2	3

※令和3年度事業でご回答ください。

1-2. 貴地域における創業機運醸成事業の実施状況、取組の効果に関する評価等についてお尋ねします。

(1) 取組に対する認識

創業機運醸成事業について、貴自治体における取組に関するご認識で最も当てはまるものを1つ選択してください。

1. 既に実施しており、今後は事業の拡大・充実を検討している
2. 既に実施しており、今後も現在の内容を継続していく
3. 今後、新規実施を検討している
4. 実施の必要性を認識しているが、現時点で具体的な検討予定はない
5. 実施する予定はない
6. 未定・わからない

(2) 実施状況

地域における創業機運醸成事業の実施状況（貴自治体以外の団体の取組も含む）について最も当てはまるものを施策ごとに1つ選択してください。

回答項目	実施している	未実施（今後取組む予定／取組むたい）	未実施（今後取組む予定なし）
1 セミナー	1	2	3
2 ビジネスプランコンテスト（一般向け）	1	2	3
3 ビジネスプランコンテスト（学生向け）	1	2	3
4 起業家教育（出前授業・起業家派遣）	1	2	3
5 起業家教育（起業家教育プログラム）	1	2	3
6 起業家教育（職場体験・インターンシップ等）	1	2	3
7 コミュニティ形成（スタートアップカフェ等、施設を設置するもの）	1	2	3
8 コミュニティ形成（オンライン）	1	2	3
9 キャリア形成支援（相談窓口）	1	2	3
10 イベント開催（創業フォーラム・起業家講演会等）	1	2	3

※セミナー・ビジネスプランコンテストについては、事業の性質上創業支援事業と重なるケースがありますが、分類については貴団体での整理に則してご回答ください。

(3) 効果の評価

【(2)で「1. 実施している」を選択した施策についてお答えください。】

「現在実施している施策」について、その効果の評価について最も当てはまるものを施策ごとに1つ選択してください。評価についてはあくまで主観的な評価で構いません。

回答項目	効果が見られており、今後も継続予定	ある程度の効果が見られるが、課題あり	十分な効果が見られず、見直し・終了予定
1 セミナー	1	2	3
2 ビジネスプランコンテスト（一般向け）	1	2	3
3 ビジネスプランコンテスト（学生向け）	1	2	3
4 起業家教育（出前授業・起業家派遣）	1	2	3
5 起業家教育（起業家教育プログラム）	1	2	3
6 起業家教育（職場体験・インターンシップ等）	1	2	3
7 コミュニティ形成（スタートアップカフェ等、施設を設置するもの）	1	2	3
8 コミュニティ形成（オンライン）	1	2	3
9 キャリア形成支援（相談窓口）	1	2	3
10 イベント開催（創業フォーラム・起業家講演会等）	1	2	3

※セミナー・ビジネスプランコンテストについては、事業の性質上創業支援事業と重なるケースがありますが、分類については貴団体での整理に則してご回答ください。

(4) 取組の課題について

【(3) で『2. ある程度効果が見られるが、課題あり』と選択した施策についてお答えください。】

貴自治体が課題として捉えている内容について、最も当てはまるものを施策ごとに1つ選択してください。

回答項目	企画・内容・カリキュ	運営ノウハウ	講師・アドバイザー等の確保	予算措置・確保・実施	広報・周知	実施効果の把握
1 セミナー	1	2	3	4	5	6
2 ビジネスプランコンテスト（一般向け）	1	2	3	4	5	6
3 ビジネスプランコンテスト（学生向け）	1	2	3	4	5	6
4 起業家教育（出前授業・起業家派遣）	1	2	3	4	5	6
5 起業家教育（起業家教育プログラム）	1	2	3	4	5	6
6 起業家教育（職場体験・インターンシップ等）	1	2	3	4	5	6
7 コミュニティ形成（スタートアップカフェ等、施設を設置するもの）	1	2	3	4	5	6
8 コミュニティ形成（オンライン）	1	2	3	4	5	6
9 キャリア形成支援（相談窓口）	1	2	3	4	5	6
10 イベント開催（創業フォーラム・起業家講演会等）	1	2	3	4	5	6

※セミナー・ビジネスプランコンテストについては、事業の性質上創業支援事業と重なるケースがありますが、分類については貴団体での整理に則してご回答ください。

1-3. 取組の効果

(1) 創業支援等事業計画の認定・実施を通じて、貴自治体における創業支援にどのような効果が出てきていると感じますか。当てはまるものを選択してください。（※組織的な公的見解ではなく、あくまで担当レベルでの認識・評価で結構です。）

①取り組みについて	そう思う	そうは思わない	わからない
1 創業者に関する情報・創業支援に関する知識・ノウハウが蓄積された	1	2	3
2 域内の創業支援ニーズを収集する仕組みができた／充実した	1	2	3
3 創業に対する関心・認知度・イメージが向上した	1	2	3
4 創業者・創業希望者が増加した	1	2	3
②計画の実施体制について	そう思う	そうは思わない	わからない
1 域内における創業機運醸成の取り組みが活性化した	1	2	3
2 域内における創業支援の取り組みが活性化した	1	2	3
3 域内における創業支援者の連携・ネットワークが拡大・強化された	1	2	3
4 貴組織における創業支援施策の重要度が高まった	1	2	3
5 貴組織における創業支援施策の実施体制が充実した（人材面／財源面）	1	2	3
6 他施策の実施部門との連携・交流の仕組みができた／充実した	1	2	3
7 その他〔 〕	1	2	3

【(1)で「①4. 創業者・創業希望者が増加した」に対し「1. そう思う」と選択した方のみお答えください。】

(2) 創業者・創業希望者のなかで、特に効果が現れてきている属性があれば、当てはまるものを全て選択してください。

1. 若者 2. 女性 3. 高齢者 4. Uターン、Iターン、Jターン者（移住起業・週末起業などを含む） 5. 副業・兼業による創業者・創業希望者 6. 社会課題・地域課題に取り組む創業者・創業希望者 7. 外国人（留学生含む） 8. その他（ 9. わからない	)
--	---

1－4. 貴自治体における創業支援等事業の実施にあたり、課題となっている事柄について、当てはまるものを課題ごとに1つ選択してください。

①取り組みについて	そう思う	そうは 思わない	わからない
1 創業支援の最新動向や参考となる事例の収集	1	2	3
2 域内における創業支援ニーズの収集	1	2	3
3 広報・情報発信の拡大（新たな手法・対象）	1	2	3
4 広報・情報発信の強化（既存手法・対象の改善）	1	2	3
5 創業機運醸成事業の取り組みの拡大（新施策の導入）	1	2	3
6 創業機運醸成事業の取り組みの強化（既存施策の改善）	1	2	3
7 創業支援事業の取り組みの拡大（新施策の導入）	1	2	3
8 創業支援事業の取り組みの強化（既存施策の改善）	1	2	3
9 他施策との連携（移住促進・地方創生・まちづくり・農商工連携など）	1	2	3
②認定計画の実施体制について	そう思う	そうは 思わない	わからない
1 創業支援の最新動向・参考となる事例の提供先の確保	1	2	3
2 域内における創業支援ニーズ収集の仕組みづくり	1	2	3
3 創業支援者のネットワーク・連携の拡大（新たなパートナーとの連携）	1	2	3
4 創業支援者のネットワーク・連携の強化（既存パートナーとの連携強化）	1	2	3
5 貴組織における創業支援等事業の体制強化（財政面）	1	2	3
6 貴組織における創業支援等事業の体制強化（人材面）	1	2	3
7 他施策の担当者（組織内・外）との交流・連携	1	2	3

1-5. 貴自治体における創業支援等事業計画の実施にあたり、中小機構では計画の認定市区町村・支援機関を対象とした支援プログラムの立上げを検討しています。具体的な施策として、貴自治体において今後利用を検討したいメニューについて当てはまるものを最大3つまで選択してください。

1. 創業支援に関する最新事例・参考となる事例の提供
2. 創業支援者ネットワーク形成支援
3. 新たな創業支援の担い手に関する情報提供・紹介協力（民間の創業支援者・起業家の紹介）
4. 创业者の交流・ネットワークの場の提供
5. 創業機運醸成に資するイベント・セミナーの開催支援（講師紹介・講師派遣・共催イベント開催・企画プログラム組成サポートなど）
6. 創業機運醸成に資する動画コンテンツの提供
7. 起業家教育事業の開催支援（プログラム提供・講師派遣・企画運営協力）
8. オンライン創業相談の実施支援
9. 創業希望者向けの動画コンテンツ・教材の提供
10. 創業塾・セミナーの開催支援
11. 創業支援担当者向けの創業支援スキル向上研修（オンライン等）
12. 創業支援担当者向けの創業支援スキル向上のための動画コンテンツ・教材の提供
13. 広報支援（貴自治体における創業イベント等の情報発信のサポート）
14. その他（ ）

1-6. 地域における創業を活性化させていく上で、ご意見・ご要望があればお聞かせください。

[illegible]

2. 創業支援等事業における周知・情報発信について

※2-1～2-6は、創業支援等事業計画の認定にもとづいて行う創業支援等事業における周知・情報発信の取組に加えて、自治体で独自に創業支援の周知・情報発信の取組を展開している場合はその内容も含めてご回答ください。

2-1. 創業支援にかけている時間を全体で100時間と考えた場合、「情報発信」には何時間かけていますか。(0～100の整数をご記入ください)

時間

2-2. 創業支援に関する情報の発信方法として行っているものを1つ選択してください。また、取り組んでいるものについては、その効果についても当てはまるものを1つ選択してください。

回答項目	①取組状況		②効果	
	取り組んでいる	取り組んでいない	効果があった	効果はなかった
1 自治体のホームページに掲載している	1	2	1	2
2 SNSを活用し発信している	1	2	1	2
3 メールマガジンを作成し配信している	1	2	1	2
4 パンフレットを公共施設等に置いている	1	2	1	2
5 ポスター等を作成し公共施設等に掲示している	1	2	1	2
6 セミナーにおいて参加者に案内している	1	2	1	2
7 その他（ ）	1	2	1	2

2-3. 創業支援の情報発信に専従している職員はいますか。

1. いる（ ）人 2. いない

2-4. 創業支援に関する情報発信の取組状況として、当てはまるものを1つ選択してください。

1. 基本的な方針や基準・マニュアル等があり、それらにそって取り組んでいる
2. 基本的な方針や基準・マニュアル等はなく、各担当者が独自に工夫し、取り組んでいる
3. 情報発信に取り組んでいない

2-5. 情報発信の課題は何ですか。当てはまるものを全て選択してください。

1. 人材がない
2. 効果的な情報発信の方法が分からない
3. 予算がない
4. 情報発信を行う時間がない
5. わからない
6. その他（ ）

2-6. 情報発信で工夫していることがあれば、その内容を具体的に記述してください。

3. 創業支援におけるニーズ把握

3-1. 貴自治体の支援制度で支援希望者（創業希望者・創業者）の利用が多いものを3つまで選択してください。

- | | |
|--------------|--------------|
| 1. 創業の仕方 | 2. 税金面 |
| 3. 申請書類 | 4. 事業計画の立て方 |
| 5. 初期投資 | 6. 事業所の確保 |
| 7. 融資相談 | 8. 助成金 |
| 9. コミュニティの形成 | 10. 市場に関する情報 |
| 11. 士業紹介 | |
| 12. その他（ | ） |

3-2. 地域の創業者ニーズを把握するため、どのような取組を行っていますか。当てはまるものを全て選択してください。

- | |
|----------------------|
| 1. セミナー・講座参加時の聞き込み |
| 2. アンケート調査の実施 |
| 3. 相談窓口で創業者の意見を収集・集約 |
| 4. 把握するための取組は行っていない |
| 5. その他（ |

3-3. 地域における創業支援策のニーズは把握できていると思いますか。

（※組織的な公的見解ではなく、あくまで担当レベルでの認識・評価で結構です。）

- | | |
|--|---|
| 1. 十分に把握している
（具体的に貴地域ではどのようなニーズがありますか。
自由回答： | ） |
| 2. 十分に把握できていない | |
| 3. わからない | |

【3-3「1. 十分に把握している」と選択した方のみお答えください。】

3-4. 貴自治体が提供している創業支援策は地域の創業者の支援ニーズに併せて今後見直しが必要だと思いますか。当てはまるものを1つ選択してください。（※組織的な公的見解ではなく、あくまで担当レベルでの認識・評価で結構です。）

- | | |
|-----------|-------------|
| 1. 見直しが必要 | 2. 見直しは必要ない |
|-----------|-------------|

3-5. 地域の創業者ニーズの傾向を把握するため、独自に工夫していることがあればご自由に記述してください。

--

3-6. 地域の創業者ニーズの傾向把握における課題について、ご自由に記述してください。

--

4. 創業希望者への対応状況

4-1. 貴自治体の支援制度で支援希望者（創業希望者・創業者）の利用が多いものを3つまで選択してください。

- | | |
|--------------|------------------|
| 1. 助成金 | 2. 融資制度（金利・要件優遇） |
| 3. 減免制度 | 4. 相談窓口 |
| 5. セミナー | 6. ビジネスプランコンテスト |
| 7. 自治体独自の制度 | 8. 交流会 |
| 9. ビジネスマッチング | 10. その他（ ） |

4-2. 支援希望者（創業希望者・創業者）に対して、創業希望者の状況や課題をよくヒアリングすることが出来ていますか。

- | | | |
|-------------|-------------------|-----------|
| 1. 十分に出来ている | 2. 十分とはいえないが出来ている | 3. 出来ていない |
|-------------|-------------------|-----------|

4-3. 支援希望者（創業希望者・創業者）に対して、支援メニューを組み合わせた提案をしていますか。

- | |
|--------------------------------------|
| 1. 支援メニューを組み合わせて提案している |
| 2. 組み合わせては提案出来ていないが、個別の支援メニューを提案している |
| 3. 提案できていない |

4-4. 支援希望者（創業希望者・創業者）の傾向や属性に合わせて、支援メニューをまとめた創業支援のパッケージ等※を用意していますか。

※融資+減免制度の手続き+セミナーで「〇〇応援プロジェクト」のように支援メニューをセット化したもの。

- | | |
|-------|-------|
| 1. ある | 2. ない |
|-------|-------|

4-5. 支援希望者（創業希望者・創業者）への対応において、実施している工夫があれば記述してください。

--

4-6. 支援希望者（創業希望者・創業者）への対応において課題があれば、その内容を具体的に記述してください。

--

これにてアンケートは終了となります。ご協力ありがとうございました。

②ヒアリングシート

独立行政法人中小企業整備基盤機構 委託事業

令和4年度「産業競争力法にもとづく創業支援等に係る効果等調査」に関する ヒアリング調査

具体的なヒアリング項目

(支援ニーズに関する項目)

- Q1 「実施している施策のうち、ある程度の効果が見られるが課題あり」(創業支援、創業支援醸成事業)と書いた取組について、ある程度の効果とはどのようなものでしょうか。また、具体的にどのような課題があり、どんな支援があったら良いと思いますか。
- Q2 上記の他、創業支援、創業支援醸成事業において必要だと思う具体的な支援、システムは何でしょうか。(どのようなことがあったら、より良い支援ができると思いますか。)
- Q3 創業支援、創業支援醸成事業において困っていること、考えていることとして、どのようなことがありますか。

(地域ニーズ、支援者ニーズ、情報発信に関するヒアリング項目)

- Q4 貴自治体の地域特性や創業者ニーズの特性についてどのように認識していますか。またニーズを把握する必要性についてどのように考えますか。
- Q5 地域の傾向を把握するために取組んでいることはありますか。また、それはどのような内容でしょうか。(取組んでいなければ取組むためには何があったら良いと思われますか。)
- Q6 創業相談者に対する柔軟な対応や創業相談者が困っていることを解決するために工夫している事柄があればその内容を教えてください。柔軟な対応や工夫している事柄がない場合は実施できない理由を教えてください。
- Q7 創業支援に関して、周知・情報発信の成功事例・失敗事例があればその具体的な内容を教えてください。

