

起業

①起業の現状や特徴

- 平成 28～令和 4 年度の 7 年間で市の経営塾等の起業支援事業に参加した者は、延べ 241名となっている。そのうち、R2 年度以降の経営塾等で起業・第二創業した者は、参加者 134 名中 14 名である
- 市民の働き方の希望としての「起業」は、5.5%で、男性がやや高い。
- イコマドでは、市内で小さな事業を始めたい方、定年を迎えるシニア層などからの相談が増えつつある。また、生駒山や宝山寺の歴史をガイドしたいという方、女性の方からメルカリなどを使ってビジネスをしたいという相談も増えてきている。
- 令和 2 年度以降、クリエイターや金融機関の行員、専門家による伴走支援型の起業・第二創業支援を実施している。

②強みやポテンシャル

- 生駒市民の創業比率は、奈良県平均を上回り、県内の市の中でも高い。
- 毎年、30 名程度の起業支援事業に参加する起業希望者(第 2 創業を含む)が存在していること。
- 地銀、信金など地元金融機関が伴走支援を行うなど、起業支援に関わってくれていること。
- 生駒市民の所得水準は高く、地域での販売価格帯は、安くはないが良いものを提供する設定となっており、客層としても、品質やサービスの信頼度を重視する傾向がある。
- コロナ対策として実施した需要喚起事業では、地元の小規模店舗を市民等が買い支えてくれたこと(市民等のチケット購入額 6.8 億円)。
- 市内の同業種での事業者数が比較的少ないことや相互の調整などにより、大きな事業者間競争が発生していないこと。
- 人と人とのつながりと信頼をつくりやすい地域。利益だけでなく地域での関わりを大事にしている個人事業者が多い。
- 地域活動を行っている市民が多く、創業者の苗床にもなっていること。
- 生駒市民は、男女ともに、また、市内の就業者でも「専門的・技術的職業従事者」の割合が高く、起業に必要な知識、能力、経験を備えた人材が多い。
- 地域の身近な商業機能が衰退する中、今後の高齢化により、買い物、見守り、交流といった身近な商業・サービス機能が担える需要は一方で増加するため、まちなかの起業が求められる。

- 市内に立地する奈良先端技術大学と包括連携協定の中で、「産学官民プラットフォーム」を設置し、今後、同大学発ベンチャーの育成支援を実施することになっている。

③課題や支援ニーズ

- 令和 2 年度以降は座学だけでなく、伴走支援を希望する受講者にプレゼン発表をしてもらいクリエイターと金融機関の行員による事業計画のブラッシュアップなど伴走支援を行ってきたが、令和 2 年、3 年はプレゼン発表に臨む受講者が多くいたが、令和 4 年度に入ってセミナー受講者もプレゼン発表希望者も減少している。
- 近隣自治体が開催する創業塾も、本市同様、対象地域で創業予定であれば本市民が参加可能であり、相互に競合してきている。
- 市民の所得水準は高いものの、嗜好品や娯楽などの消費については、利便性の高い大都市への流出割合が高くなっている。
- 商業エリアにおいて、出店したい起業者と不動産オーナーの家賃設定の感覚にズレがあり、不動産を借りることがハードルになっている。
- 昼間人口が少なく、購買に繋がる層が限定的。
- 地元でお金を落としたいという市民の動機がない。

④懇話会・分科会の意見

- 平均的なサラリーマン、学生が起業するわけでない。統計上の起業者が少ないのはあたりまえではないか。数の問題でなく、起業者が存在することが大切。
- 子どもが大人に会う機会が少なく、大人も含めて、起業家が身近にいない、話すことが少ないことも課題では。
- 学校でも起業家教育といったことを教えてくれるわけではない。起業という自己実現の意欲を持つ人は職業観というものを学ぶ術はあるが、自己実現の意欲を持たない人に起業マインドをどう誘引するか、ということが課題である。
- 初歩の初歩から学びも必要。必要以上に責任もってやろうとする義務感が強く、自分でハードルを上げている面がある。取り上げられる成功事例もハードルを上げてしまう要因。どうすれば第一歩が踏み出せ、少しずつ大きくなるのかというプロセスがもっと見えてくると、起業へ踏み出しやすくなるし、その後の自分の立ち位置も確認できる。
- 起業の入り口は「自己実現」で、ここにどう働きけるか、「やってみたらいい」と思えることが大切。その延長線上に「お金」の話があるくらいでよいと思う。
- また、空いている時間を使って仕事にすることも強く勧めてほしい。(懇話会)

- 地域の活動において、お金をもらうことに罪悪感がある人が多いが、対価はもらうべき。地域で稼ぐことが循環に繋がる。地域のために何かをやる、地域のためにお金を使い、同じ地域の人がお互いに潤うという意識があっている。
- 一般的な起業支援が、専門家による事業計画の作成に偏重しており、上から目線が多い。創業者がやりたいことを、言語化する作業など寄り添った緩やかなサポートが必要。
- 起業の大きな動機として収入という観点があるが、それだけだと様々な起業動機にターゲットした起業サポートにはならない。
「起業」にも様々な形態があるので、どれをターゲットにするのかによって議論が変わってくる。
- 会議所青年部でも、若い事業者が少なくなってきた。若い方が事業を始められるような支援が必要。(商工分科会)
- 起業するまでのサポートは、商工会議所や銀行で支援していただけだったが、その後のネットワークがなくビジネスが軌道に乗るまで苦労した。(懇話会)
- 他市の事例では、地域の活動を市内で事業を営んでいる経営者が担っている傾向が強い。若い時は青年会議所でネットワークを張り、その繋がりを保ちながら本業でもお金を回し合い、地域活動でもネットワーキングで動くという非常に良い活動をしている。

⑤目標及び取り組みの方向性

【目標】ローカルビジネス起業の促進

地域で活動する市民の存在、小さく始める起業の多さ及び今後の地域課題の状況から、起業支援としては、地域の人を顧客にし、地域の人を雇用する「ローカルビジネス」の支援を中心に、起業意識の醸成と始めやすく継続したビジネスができる起業支援のエコシステムを構築し、地域で起業しやすい環境づくりを行う。

【取り組みの方向性】**○起業マインドの醸成と教育**

身近な企業家との交流を通じた起業マインドの醸成を図る。また、学校や地域でも起業に関する授業やワークショップを実施し、地域での起業を高める支援を実施する。

○起業家の成長ステージに応じた支援

事業の構想、ビジネスアイデアの段階から、事業計画、起業準備、起業後の交流・マッチングの場までのステージに応じた支援を産学公民金の支援者・機関と連携して実施する。

また、併せて、すでに起業した人や既存事業者の後継者などが、新たな事業に取り組むなどの第二創業についても同様の枠組で支援する。

○フリーランスへの支援

中小企業のビジネスパートナーとしての役割が今後期待されるフリーランスが、働く上で必要な知識やビジネスモデルを学べる機会として、セミナーやフリーランス同士の交流会を開催し、地域で活躍できる環境づくりに取り組む。

○出産・子育て世代の就業ニーズに応じた起業支援

時間に制約されない柔軟な働き方を望む出産・子育て世代の就業ニーズと相性の良い、地域でのスモールビジネスの起業をサポートする。

○市民や事業者が地域の起業を応援する環境の醸成

地域の起業家・事業者の想いや事業活動が、地域住民の生活の向上や交流の促進、職住近接の雇用・就労機会の提供に貢献していることについて発信し、具体的な消費・購買・推奨行動に繋がる取り組みを実施する。

○大学発ベンチャーへの支援

市内に立地している奈良先端科学技術大学院大学が実施する大学発ベンチャー支援と連携し、地域課題・地域資源・市内事業者と連携した実証の場の提供、県や他の公的支援機関、金融機関等と連携した支援などを検討し、市内発ベンチャーの創出環境を構築する。