

チャレンジングな起業・創業により 活力あふれる日本を目指す提言

東京商工会議所
起業・創業支援委員会
2016年7月28日

チャレンジな起業・創業により 活力あふれる日本を目指す提言〔要旨〕

日本経済の持続的成長には、創業・第二創業などによる時代の変化に合わせた新陳代謝が不可欠である。わが国の開・廃業率は欧米と比べて低い水準にあると指摘されるが、国や地域ごとの職業観や就職・労働環境、移民の状況など、社会的背景、開業環境は大きく異なり、単純に比較すべきではない。わが国にとって重要なことは、チャレンジ精神あふれる起業・創業が盛んに行われる活力に満ちた経済社会の実現であり、社会全体が起業・創業を育てる・応援する姿勢が必要である。そしてその環境が整うことによって開業率が向上していくことが望ましい。

1. 起業・創業を実現させる環境づくり

創業者には自己実現と事業の成功を目指し、万全の計画と情熱を持って踏み出す「起業家タイプ」をはじめ、創業を検討しながらも一歩踏み出すことに迷いを持つ「潜在的創業希望タイプ」や、「経営者になりたい」、「創業したい」という思いからではなく、身の回りで気づいた課題、解決方法を実現させたい思いから創業に至る「生活型創業タイプ」、さらには地域課題解決や教育・福祉分野などで社会への貢献を志向する「事業型 NPO タイプ」など様々である。

起業家タイプには、高度かつ適切な支援策の活用を促すとともに、潜在的創業希望タイプや生活型創業タイプには、課題や迷いを整理するために気軽に相談する場を提供し、背中を押すことが必要である。また、事業型 NPO タイプには経営的視点の学びの場が不可欠である。そうした環境づくりが幅広い起業・創業の掘り起しと着実な成長を支えることから、これまで以上に支援策等を広く伝え、効果的に導く情報発信が不可欠である。

2. 創業初期企業の着実な成長

創業前後を通じた経営課題は、資金調達・人材確保・販路開拓など幅広く、描いていた成長過程を辿れないケースも少なくない。苦勞して創業した企業を着実に成長させるためには、創業者の自的努力はもとより、目利き力を生かした金融機関や支援機関によるハンズオン支援、さらには取引しようとする調達側や商品等を支持する共感者による支援が重要である。

創業初期の B to B 型企業においては、取引先との出会い・マッチングが成功のカギを握っている。創業初期企業と取引しようとする既存企業側は、今後、納入実績や安定性重視といった観点から、製品や役務の価値重視へと意識を転換し、取引を通じた支援が望まれる。

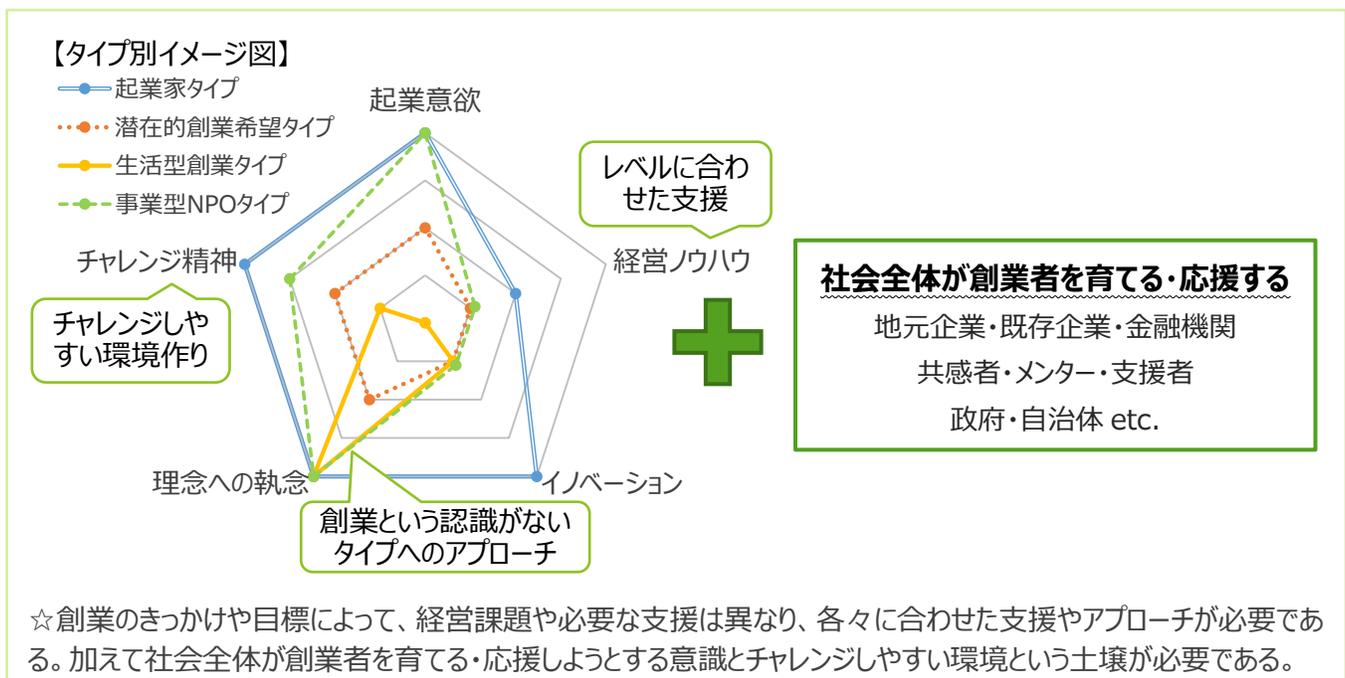
また、B to C型企業においては、商品やサービス等を購入・利用する消費者の共感を得ることが成否を分ける。ネットを活用した販売チャネルの拡大に加え、資金調達等もクラウドファンディングにより共感者から直接支援を得ることが可能となった現在、IT 技術を積極的に取り入れるべきである。

3. チャレンジする文化、失敗が糧として評価される文化の醸成

創業は新しいことにチャレンジすることで自己実現を可能とし、また、新たな社会的価値を創造、提供することで、経済社会に活力をもたらす可能性を秘めている。戦後日本が多くの起業家の出現によって飛躍したことを鑑みれば、将来のわが国にとって創業機会を増やすこと、創業したいと思う環境を作ることは極めて重要である。

一方で、日本では創業に失敗すると立ち直れないというネガティブなイメージが諸外国と比較して強いのも事実である。チャレンジする姿勢、そして失敗がその後の糧として評価される社会、セーフティネットを整えた上で再チャレンジができる社会へと、社会的文化を変えていくことが必要である。

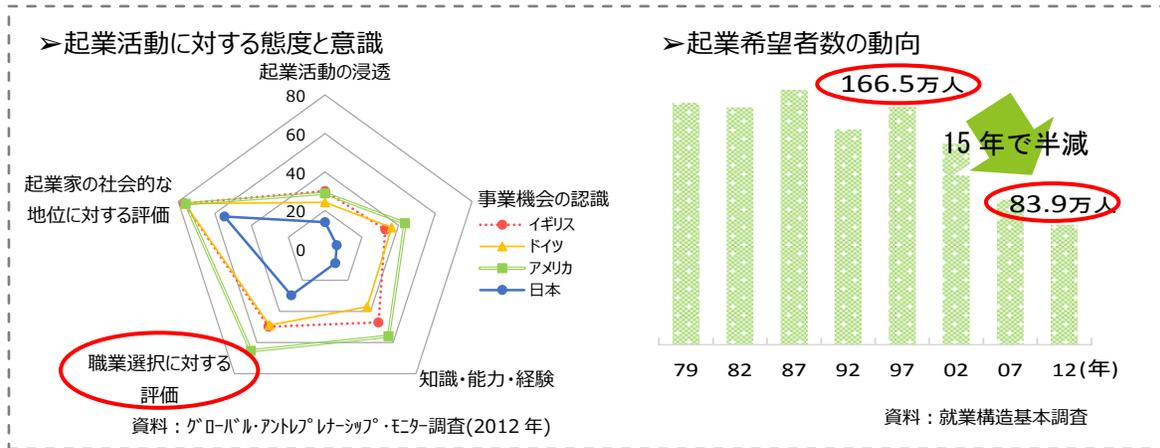
これまでの社会風土を変えていくには、若年時からの起業家教育の推進が必要である。教育の場において「ビジネス＝お金儲け」を扱うことは敬遠されがちだが、「ビジネス＝社会的価値創造の成果」であること、あるいは起業家の理念、社会起業家の出現なども伝えることで教育的価値を担保しつつ、次世代に向けて裾野を広げる取り組みが必要である。



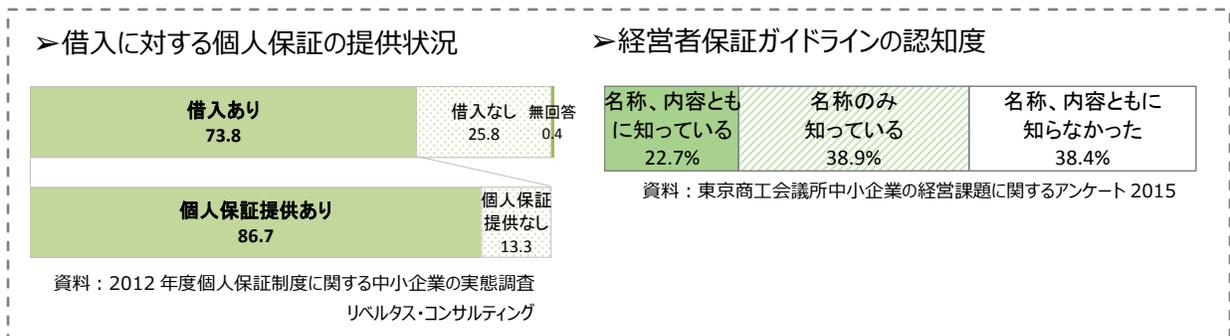
I. 日本の起業・創業を取り巻く現状と課題

1. 創業に対する現状認識

日本を代表する起業家は折に触れ紹介され、憧れや尊敬の念は抱かれている。しかしながら、グローバル・アントレプレナーシップ・モニター調査によると、わが国での「起業家」という職業選択に対する評価は諸外国に比べて低い。また、就業構造基本調査における起業希望者数の推移を見ても、1997年の166.5万人から2012年には83.9万人まで15年間で半減している。



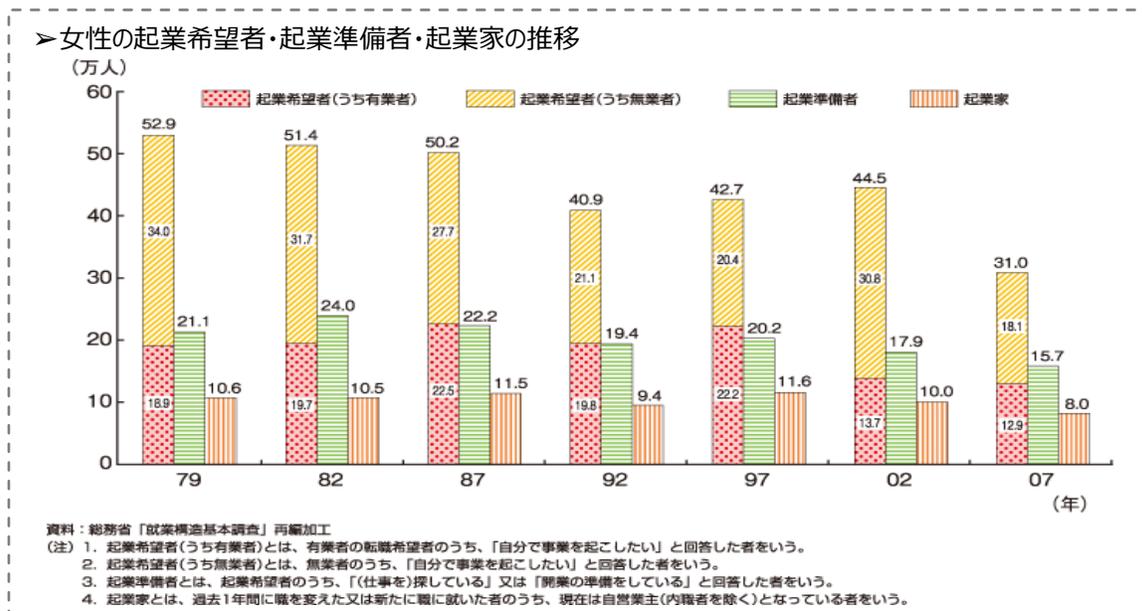
こうした背景には様々な要因があるが、例えば、日本の大学生の就職率は約9割を超え、学生にとって「起業」という選択肢が一般的でないことがうかがえる。在学中からビジネスに触れる機会や経営スキルを学ぶ機会が少ないこと、あるいは起業はリスクが高く、倒産すると人生や生活に大きなダメージを受けるといったイメージを持ち、親や周囲も起業を勧めない状況では希望者が増えることはない。若年世代から「ビジネスに触れる = 起業をイメージ」させることや、「起業のメリット・デメリット」を正確に把握させること、経営スキルを学ぶ機会を与えることなどが必要である。



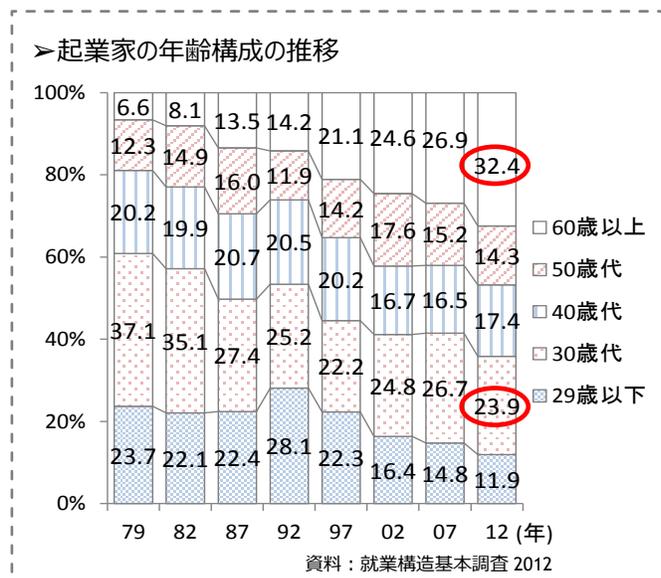
2. 創業の担い手として

創業の担い手として期待されているのが、女性・若者・シニア・外国人である。

女性の起業家数は過去 10 万人前後で推移し、起業希望者はその数倍いると捉えられているが、その中で無業者の割合が高いことから、女性の起業促進は同時に女性の社会進出につながると言える。その前提として女性の社会進出には「130 万円の壁」の解消や、子育て支援の充実が必要である。なお、時間の融通が利くことを理由に創業するケースも多く、子育てと両立する新しいワークスタイルも見られることから、女性による創業への期待は大きい。



学生が若い感性とアイデアを武器に起業する事は、早期に経験することでその後の人生の糧となる。シリコンバレーの発祥は、学生のアイデアを教授が支援したことに始まった。教授が最初のエンジェルとなり、徐々に外部からの資金調達を拡大し成長していったが、日本にはこうしたメンターの存在が乏しい。一部の大学ではファンドの組成やインキュベーション施設の設置等により学生を支援する動きも見られるが、特定の大学・分野に限らず、より多くの大学で環境を整備することが、裾野を広げる上で課題である。

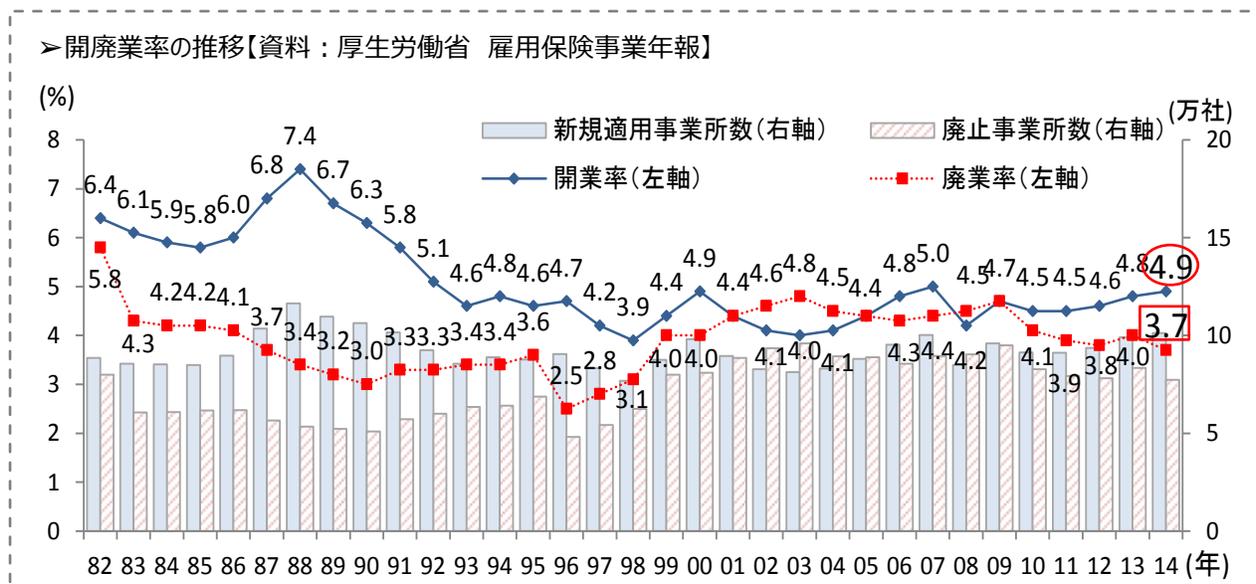


一方で人口構成の変化に伴い、創業者に占める60歳以上の割合が増加している。元気なシニアが労働力として引き続き社会に帰属するだけでなく、フリーランスとして創業者や中小企業の技術・ノウハウ指導にあたるなど、知見を活かして創業することは、長い経験で培った貴重な知識や技術などが次の世代に引き継がれることになり大変有用である。また、社会参加によって得られる達成感や収入等は健康的で健全な高齢社会の実現に寄与することが考えられるため、シニア層の起業環境整備が必要である。

海外投資を呼び込むためには外国人の起業環境の一層の整備が必要である。開業率の高い諸外国では、移民による起業割合が高く、ドイツでは起業家の3人に1人が移民である。日本では2015年4月より在留資格の名称・要件が改正され、外国人が起業準備しやすい環境に向け動き出したことは期待できるが、外国語への対応など基本的な課題も残る。また、「経営・管理」ビザは起業だけを目的としないため、外国人の起業の動きを正確に把握できない。起業準備中の外国人の立場を客観的に分りやすくし、外国人起業家の推移や実態を把握できるようにする必要がある。

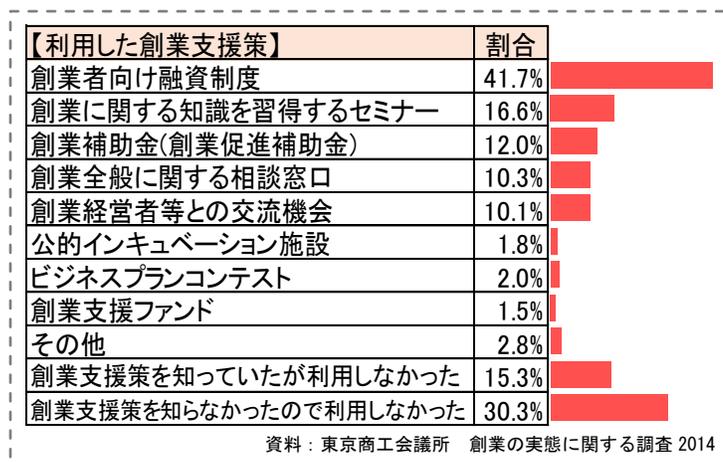
3. 創業者の実態把握と支援策

各市区町村では産業競争力強化法に基づく創業支援計画を策定し、地域の事業者の実態や特色を正確にタイムリーに把握しようと努めている。開業率の算出には、「経済センサス」（旧事業所・企業統計調査）、「雇用保険事業年報」、「民事・訴訟・人権統計年報」および「国税庁統計年報書」などが利用されているが、それぞれ法人・個人の把握や、即時性・網羅性などにおいて一長一短があり、正確かつ統一的な把握ができていない。



東京商工会議所の調査では、創業時に融資制度を活用した創業者が4割となっていたが、一方で、「創業支援策を知らなかったので利用しなかった」とする創業者も3割となっており、支援策の認知度向上が課題となっている。

中小企業庁が支援施策を一元化した支援サイト「ミラサポ」では、施策が多数存在する上、募集要項などを読み慣れない創業準備者には、適切な施策を見極めることが難しいという声もある。また、必要な支援等が漠然としている場合には、電話相談による課題整理も重要である。



常設されている「中小企業電話相談ナビダイヤル」や「がんばる中小企業 経営相談ホットライン」については、創業希望者・創業者にも広く利用されるよう周知強化すべきである。

4. 創業時の事業環境の現状

創業前後を通じた経営課題は、資金調達・人材確保・販路開拓に集約される。

資金調達において、創業時の補助金や融資制度は充実しているが、東京商工会議所の調査では、創業初期の企業は経営基盤の脆弱性や販売実績の乏しさにより追加融資が受けにくく、そのことが事業基盤の安定や事業拡大を阻害しているとのコメントが多く寄せられた。創業した企業が成長軌道に乗るためには、成長性・将来性を重視した継続的な資金供給が課題である。

また、自己資金や創業時に調達した資金が、オフィスの賃借や機器・備品の購入などの初期投資に回り、事業に回す手元資金が減少してしまうのも問題である。オフィスの設備はリースにより初期投資を抑えることが一手であるが、創業間もない企業ではリース審査も厳しくなっている。

人材確保は、中小企業にも共通する課題であるが、募集をしても計画通り集まらないことや、キャリア人材として技術者・経験者などを雇用する場合も人件費がかさむなどハードルは高い。創業間もない企業のニーズに合わせて、短時間や隔日などで業務が委託できる、あるいは指導を受けることができるなどの環境整備が必要である。

販路開拓においては、BtoB 型企業は営業過程で製品や役務の良さを理解してもらいながらも、納入実績等を問われ敬遠されてしまうことが多い。

また、BtoC 型企業はニーズ調査・立地調査の徹底、類似商品との差別化、付加価値の創造により、価格競争に陥らない商品・サービスの提供が課題である。

5. 創業後の壁

創業スクールなどを通じて経営スキルを学んだ創業者であっても、経営の実践の場では、様々な壁に阻まれ、行き詰まるケースは多い。

東京商工会議所の調査では、創業後の経営状況が、「見通しを下回っている」企業が 4 割を超えており、そうした状況で創業者は猪突猛進になりがちだが、努めて課題を整理把握し、解決策を打っていく必要がある。



また、資金繰りの厳しい創業初期の事業者にとっては、法人税の納税や社会保険料の納付は事業の成否に関係なく大きな負担となっており、軽減や免除などを求める声が多く聞かれた。

Ⅱ．チャレンジングな起業・創業により

活力あふれる日本を目指す提言

1．起業・創業を実現させる環境づくり

起業・創業を目指す相談者にとって、利便性の高い総合的なワンストップ相談機能が必要なことは言うまでもなく、その整備は早急に図られるべきである。その上で、行政や支援機関が、それぞれ実施する支援策については、より広く行き届くよう情報提供に努めながら、相談者のレベルに合わせた、萌芽期から成長段階に沿った支援を行うべきである。

(1) タイプ別による課題整理

A) 起業家タイプへの支援

明確な目標と事業計画を持つ起業家タイプは、創業への道のは計画的であり、実現可能性が高い。自ら積極的に情報を集め、求める支援内容も個別具体的であることから、より適切で効果的な支援策への誘導、資金供給・マッチング等の支援が必要である。

B) 潜在的創業希望タイプへの支援

創業を考えながらも一歩踏み出すことに迷いを持つ潜在的創業希望者には、セーフティネットの周知による不安の払拭に加え、事業可能性調査・事業計画作成支援などを通じた、創業に辿り着くまでの伴走型のサポート体制が必要である。

C) 生活型創業タイプへの支援

身の回りで気づいた課題、その解決方法を実現させたいという思いを抱えた生活型創業タイプには、まずは「課題解決のための相談」として公的支援機関等の利用を促し、目的の実現には事業化することを伝え、創業の入り口に誘導することが必要である。

D) 事業型 NPO タイプへの支援

企業としての拡大、利益の追求が目的ではなく、NPO（特定非営利活動法人）活動として、理念型・社会貢献性の高い事業を目指すこのタイプは、目的意識が高い反面、経営的視点が不足している場合が多い。持続的な事業運営など経営手法の習得支援が必要である。

(2) 国・東京都への施策の強化および提言

開業率の向上には、創業希望者の心理的ハードルとなっている手続き面の煩雑さや個人保証への不安などを取り除くことが必要である。また、創業の準備に資する資金調達・販路開拓支援策をはじめ、必要な施策が行き届くような周知を図るべきである。なお、施策立案を行うにあたっては、前提として創業者数などの実態を正確に把握することが必要である。

・東京開業ワンストップセンターの機能強化および他の支援機関との連携強化

(開業手続きの集約化、効率化をさらに進めるため、手続き内容の拡充、利便性の向上を図られたい。)

・登記等行政手続きの電子化・簡素化・外国語対応

(電子化の一層の推進によりオンライン上での登記等行政手続きの申請を可能とすることや、事業目的などを選択式にすることで登記内容の簡素化を図ること、さらに外国人による起業のハードルを引き下げするため、外国語での行政手続きを可能にするよう図られたい。)

・経営者保証ガイドラインの周知促進

(創業希望者やその家族にまで広く経営者保証ガイドラインを周知し、創業に対する過度な不安の払拭を図られたい。)

・「創業・第二創業促進補助金」の継続・拡充

(国においては、H28 年度予算で 8.5 億円が措置されているが、新設当初の 200 億円(H24 補正)以降、44 億円(H25 補正)、50.4 億円(H26 補正)、7.6 億円(H27)と予算額は大きく減少しており、創業希望者の負担軽減策として拡充・継続されたい。)

・クラウドファンディングの普及促進

(クラウドファンディングは社会が応援する資金調達方法として普及を図るべきであり、募集者・出資者(購入者)双方の安全に配慮した利便性の高い環境づくりを図られたい。)

・施策の周知強化、「ミラサポ」内の検索精度の向上、電話での施策案内機能拡充

(創業希望者に充実した創業支援策が広く行きわたるような周知強化や、ミラサポにおける施策の検索の導線が、ピンポイントでわかりやすい機能とすること、さらに求める情報の所在や扱い方を理解していない人に対して、電話を通じた個別対応の機能の拡充を図られたい。)

・創業者数を正確に把握する手法の整備

(種々の統計を基にした創業者数の把握方法には一長一短がある。各地域のきめ細かい創業支援につなげるため、地域・業種・性別・世代毎の創業者数が正確に把握できるよう統計手法の整備を図られたい。)

2. 創業初期企業の着実な成長

創業者は事業の着実な成長に向けて、起業理念を掲げ、事業計画を立てることはもとより、家族・支援者・メンター・金融機関などに対し事業計画を説明し、理解・共感を得ることが必要である。一方で、計画は随時見直しと更新が欠かせず、起業による理想の実現と自身のおかれている現実のバランスを考え、常に撤退する限界を見積もっておくことも肝要である。

事業の遂行にあたっては、常にアンテナを高く張り、ビジネスマッチングのきっかけや、施策情報・支援情報を積極的に収集する姿勢が必要である。また、日々進化するIT技術の動向や活用策にも目を向け、生産性向上を図ることも大切である。なかでも普及が進むクラウドファンディングは、マーケティングや資金調達など共感者を募り事業を実現する新たな手法であり、支援者を広げるためにも活用すべきである。

こうした創業者の自助努力が大前提であるが、その上で、金融機関や既存事業者、社会による応援、行政や支援機関による後押しが必要である。

(1) 金融機関による後押し

創業した企業が成長軌道に乗るためには、事業の成長性・将来性を重視した継続的な資金供給が必要である。金融機関が目利き力を発揮し、柔軟な審査を行うと共に、動産・売掛金を担保とする融資も推進する必要がある。

なお、借り手と貸し手の情報の非対称性も資金供給の妨げとなっており、事業性評価の入り口として、経済産業省が推進する「ローカルベンチマーク」などを活用し、企業の経営状態の「見える化」、「共有化」を図る必要がある。

(2) 既存事業者による後押し

創業した企業の着実な成長に向けては、取引先になりうる既存企業の後押しが欠かせない。製品や役務を調達する企業側には、納入実績・安定性重視から、製品や役務の質自体を評価し、価値を重視する取引へと意識を変え、創業初期の企業にも門戸を開放すべきである。積極的な取引を推進するよう、経営トップ以下、管理職・現場社員が共通認識を持つことが望まれる。併せて、創業者の持つアイデアについて、経営資源の乏しい創業者と協働して事業化・商品化に取り組むことも期待される。

(3) 社会・共感者による応援

地域で創業者を迎えた時には、既存企業との積極的な交流や、地域全体での幅広い応援によって、経営者を育てることとなり、その結果として地域の活性化が図られていく。

また、これまで日本ではエンジェル（資金提供者）が少ないと言われているが、クラウドファンディングという新たな仕組みを通じ、企業理念や商品コンセプトに共感した場合には、手軽に応援を始めることができるようになってきている。企業にとっては販路開拓や資金調達の機会である一方、共感者側には、商品開発に参加する機会、応援者として名を連ねるなどのプレミアを得ることができる仕組みであり、普及による起業活動の活発化が期待される。

(4) 国・東京都への施策の強化および提言

既存事業者による後押しを促すためには、国や自治体による施策の後押しが必要である。また、公共調達においても、創業間もない企業からの調達を促進するべきである。

また、創業前後を通じた大きな課題の一つである資金調達においては、補助金や様々な融資制度が用意されているものの、収入が安定しない創業初期は最も融資が受けづらく、資金需要が高まる時期であることから、資金繰りの改善に資する施策が必要である。

① ビジネスマッチングの促進

- ・創業 5 年未満の企業と取引する企業へのインセンティブの付与

(既存事業者が創業 5 年未満の企業と取引することを促進するべく、税制や入札時の加点などによるインセンティブを検討されたい。)

- ・創業 5 年未満の企業と中堅・中小企業の取引により発生した債権保全制度の創設

(中堅・中小企業は売掛金が回収不能になった場合の影響が大きいため、創業 5 年未満の企業との取引により発生した債権を保全することを検討されたい。)

- ・行政によるベンチャー企業の取引拡大・目標値の引上げ

(2020 年東京五輪におけるベンチャー企業からの公共調達の目標を 2 割に設定する。)

② 資金繰り支援

- ・創業後 5 年間の法人税・法人事業税、社会保険料減免

(中小企業のスタートアップ時の経営基盤を強化し、企業の拡大・発展を強力に後押しするため、中小企業支援機関等の創業支援を受けた創業者に対して、創業後 5 年間の法人税・法人事業税の免税、社会保険料の減免措置を図るべきである。)

- ・創業者の登録免許税の軽減措置の延長

(創業時の負担軽減を図るため、産業競争力強化法に基づき認定された「創業支援事業計画」における特定創業支援事業を受けた創業者の登録免許税について、適用期限を延長すべきである。)

- ・研究開発型ベンチャー企業の支援に資する、パテント・ボックス税制の創設

(中小企業の知的財産権の国内保有の推進や、創業ベンチャー等の研究開発型のベンチャー企業を支援する観点から、パテント・ボックス税制(知的財産権に起因する収益に対する軽減税率の適用)を早急に創設すべきである。)

- ・事業性・成長性を重視した資金供給体制の推進

(創業初期の企業は事業実績に基づく借入が困難であることから、金融機関が事業性・成長性をもとに資金供給を行う体制を推進されたい。)

- ・動産・売掛金を担保とする融資の促進

(ABL 融資の推進は既に謳われているところであるが、事業者に対する制度の周知・活用をさらに促進されたい。)

- ・リース契約における創業者への保証枠の創設

(リース契約も借入と同じく事業実績・保証力が問われることから、創業初期の企業がリース契約により事業資金を確保するためには、融資制度と同じく政府による保証が必要であり創設を検討されたい。)

3. チャレンジする文化、失敗が糧として評価される文化の醸成

女性・若者・シニア・外国人は創業の担い手として期待されている。特に企業の規則的な就業時間が障壁となっている子育て世代の女性は、起業により時間に融通を利かせることで、子育てと両立する新しいワークスタイルを広げて行くことも期待される。

健康寿命の延伸を受けて活力のあるシニア世代は、労働力として引き続き社会に帰属するだけでなく、フリーランスとして、創業者や中小企業の技術・ノウハウ指導にあたるなど、蓄積された技術・ノウハウ・ネットワークを社会に還元することが期待される。

チャレンジすることを称え、失敗も経験として評価していくことの積み重ねが、創業にチャレンジする人材を生み出すことにつながる。シリコンバレーで聞かれる、“fail first, fail small, fail smart”(まず失敗、失敗は小さく、失敗して賢くなりなさい)という視点を日本でも持つことが必要である。また、「ビジネス＝お金儲け」ではなく、「ビジネス＝社会的価値創造の成果」という価値観を持つこと

で、「起業家」あるいは「社会起業家」という選択肢を身近に感じるとともに、自分の消費行動や価値判断に変化をもたらしていくべきである。

（１）国・東京都への施策の強化および提言

起業に対する日本の文化を変えるには、教育による普及が必要である。起業家教育を通して「起業家」という職業について考えるとともに、チャレンジすること（失敗すること）や、課題を発見する力（＝事業機会の認識）、決断力・実行力、プレゼンテーション能力・共感を得る力を養うことが必要である。これらの能力は、「起業家」としてだけではなく、社会で活躍する人材に求められるものであり、教育として全ての学生が学ぶ意義がある。「初等中等教育段階における起業家教育の普及に関する検討会」による指導事例集の内容を参考に、全国に展開するべきである。

また、昨今はインターンシップにより学生が企業の活動を理解する機会が提供されているが、起業家・ベンチャー企業を理解する機会としても推進していく必要がある。インターンシップが円滑に行われるよう学生生活や就職活動に配慮した環境づくりが必要である。

なお、起業家教育を実際に起業へとつなげていくためには、親世代の理解が欠かせない。授業参観や起業家教育への参画、起業家の起業理念や社会起業家の出現の発信などを通じ、親世代にも起業への理解を得ることも重要である。

- ・高校生からの起業家教育の全国展開
- ・高校生・大学生でのインターンシップの推進
- ・起業に対する親世代の理解促進

Ⅲ. 東京商工会議所の役割 “行動する東商”

1. 東商起業・創業支援センターの開設

(1) 起業・創業を実現させる環境づくり

東商では、これまで日々の創業相談窓口のほか、創業希望者を対象とした「創業フォーラム」や、事業計画作成を支援する「創業塾」や「創業ゼミナール」を開催するなど、組織をあげて創業支援に取り組んできた。今後も東京 23 区における起業・創業支援センターとしての機能を高めながら、総合的なワンストップ支援拠点を目指すとともに、新たな支援事業を展開し、起業・創業者の掘り起しを図る。

①支援事業・施策情報の発信強化

創業希望者を対象としたメールマガジンの配信や機関誌などの媒体を通じて情報発信を行ってきたが、今後はフェイスブックの効果的な活用や、相談拠点の窓口を通じた情報発信の強化に取り組む。

②ワンストップ相談機能の強化

公的支援機関等との有機的な連携を一層図り、東商支援情報に加え、細分化された行政や支援機関による支援策を創業希望者のタイプ別・段階別に合せて分かりやすく情報提供する。

③女性・若者・シニア・外国人向け相談体制の充実

既述のとおり、創業希望者は 4 つのタイプに分類される (P. 8)。加えて、女性・若者・シニア・外国人は創業の担い手として期待されている。これらの、創業希望者のタイプと属性に事業領域を掛け合わせ (下図参照)、それぞれに応じた相談・支援の提供を行う。

<相談者のイメージ>



(2) 創業初期企業の着実な成長

創業者の3大課題である資金調達・販路開拓・人材確保について支援を行うと共に、その支援事業・施策情報の発信を強化し、創業初期からのフォローアップを行う。

①ビジネスマッチング機能の拡充

販路開拓に資するビジネスマッチング機能を創業者向けに拡充する。たとえば、東商が運営する産学公連携事業を通じ、新たな技術や製品開発により創業（事業拡大）を目指す相談者を後押しする。32の大学および公的機関との連携により、共同研究、性能評価、製品改良、知的財産の活用を図り、実現可能性の検証、事業化を支援する。

- ・創業者 × 創業者（同じ立場の創業者同志が苦労や工夫を共有する機会）
- ・大企業・中小企業 × 創業者（既存企業による受発注機会の提供）
- ・クラウドファンディング × 創業者（共感者によるビジネスの支持）
- ・大学・研究機関 × 創業者（産学連携による技術支援）

②メンターと創業者のマッチング機会の提供

創業者の経歴や年齢層、創業分野などに応じたメンター（企業経営者・経験者）を選定し、創業者の事業計画、経営状況に対して、経営の経験に基づく実践的な助言をする。中小企業診断士等の専門家とは異なる観点から、経営力向上に向けた支援を行う。

③人材確保・PR支援

創業の担い手として期待される女性・シニア層の事業内容について、東商WEBサイトなど、東商の持つ媒体で発信、PR支援を図る。また、共通する創業分野での交流会等を実施し、経営課題への取り組み、解決策の共有化などを図る。

④クラウドファンディングの普及支援

2. チャレンジする文化、失敗が糧として評価される文化の醸成

起業・創業を職業選択のひとつとして考える機会を設けるよう、大学等の教育機関と連携し、起業家教育を展開する。起業家として活躍する現役経営者を学生向けセミナーへ派遣し、起業への関心を高め、ベンチャー企業への就職や、起業による自己実現の可能性について伝える。

また、昨今はインターンシップにより学生が企業の活動を理解する機会が提供されているが、起業家・ベンチャー企業を理解する機会としても推進していく必要がある。

①起業家教育支援機能の充実

- ・高校・大学等教育機関への起業家派遣
- ・インターンシップの推進

3. 2020年オリンピック・パラリンピック大会に向け

ビジネスチャンス・ナビを活用した創業初期企業の受注機会の拡大支援

2012年ロンドン大会を契機にイギリス国内で起業数が飛躍的に伸びた事例を参考に、2020年東京大会の開催に向けては、東京都による「中小企業世界発信プロジェクト2020」における「ビジネスチャンス・ナビ2020」の活用を促し、創業間もなくとも新たな視点による製品、技術、サービスを生み出す企業の参入の機会拡大を図り、次代を担う企業の成長を後押しする。

以上

2016年度第10号 2016年7月28日 第197回議員総会決議
