

# 「千代田区の創業環境及び創業実態調査」

## 報告書

2023年1月23日

東京商工会議所千代田支部

## 目次

I. 調査概要.....	3
◆企業の特徴.....	4
◆経営者の特徴.....	5
◆事業所について.....	5
II. 調査結果.....	7
◆創業者が千代田区内の事業所にすることが優れていると考える点.....	7
◆創業者の他区への関心について.....	8
◆創業者が千代田区と他区との比較で重視する点.....	10
◆創業者の事業所選びについて.....	10
◆創業者の創業時の悩み.....	11
◆創業時に利用した支援について.....	11
◆「創業時の悩み」 × 「支援策」.....	12
<取引先の開拓・確保に悩みを持つ創業者>.....	12
<自己資金の準備に悩みを持つ創業者>.....	14
<創業融資の調達に悩みを持つ創業者>.....	14
◆女性、若者、シニアの創業者.....	15
III. 総括と千代田区での創業環境の整備と創業活性化に向けた提言.....	16
◆創業者の特徴に応じた支援について.....	16
◆創業者向け事務所選びポータルサイトの立上げ.....	16
◆地名でのブランド力強化について.....	17
<地名調査（千代田区、中央区）>.....	17
◆創業の準備段階の悩みに対応する.....	19
◆働き方の多様化への対応.....	20
<バーチャルオフィスについて>.....	21
<テレワークスペース、時間貸し事務所>.....	22
<副業の事業者について>.....	22
◆外国人創業者について.....	22
◆創業融資に対する事業性評価能力の向上.....	23
◆創業者満足度の向上について.....	23
◆中長期的な視点での創業活性化.....	24
2. ....	24
IV. 参考資料<調査票>.....	25
V. ワーキンググループメンバー名簿.....	26

## 1. 調査概要

### ◆調査の目的

昨今、副業の解禁による週末起業やインキュベーション施設などを活用した小資本での創業等、千代田区内における創業のスタイルが以前と大きく変わってきている。各支援機関としてもその新たなスタイルに合った支援を行うことが求められるなか、千代田区内で創業して間もない事業者に対して、その実態や傾向をつかむ本調査を行い、その結果を分析して各支援機関で共有することで、各機関の支援を実際のニーズに近づけていく。また、あわせて創業者がどのような理由で千代田区を創業の地として選んだかなど、千代田の創業環境の魅力についても把握し、創業希望者に向けたPRの基礎情報とすることも目的として、本調査を実施した。

### ◆調査の期間

2022年10月3日（月）から10月21日（金）

### ◆調査対象

千代田区内の業歴10年未満の中小企業・個人事業主 1,200社

### ◆調査方法

郵送による調査依頼書・調査票の送付

①アンケート用紙への回答及びFAXもしくは返信用封筒での返送

②WEBフォームへの回答

（いずれか回答者の希望により選択）

### ◆回答件数

211件（回答率17.6%）

アンケート用紙による回答 139件

WEBフォームによる回答 72件

※ アンケートの選択肢は「単一選択」の設問については、割合を表記している。

「複数選択可」についてはアンケート総数211件に対するチェック率を表示している。

順番は基本的に件数の降順で表示している。

## ◆企業の特徴

主な業種では、「法人向サービス業」の割合が42%と最も高い状況である。更に、事業のなかに「コンサルティングが含まれる」企業は64%であった。資本金、役員・従業員数、は小規模企業が多く、創業時の役員・従業員、かかった費用総額、ともに小規模での創業が多い。借入しない企業が61%と多い。直近の売上は54%が5千万以下であり、黒字企業は52%であった。

業種	件数	割合
法人向サービス業	88	42%
その他	35	17%
卸売業	26	12%
不動産業	17	8%
個人向サービス業	16	8%
製造業	13	6%
建設業	6	3%
小売業	6	3%
飲食・宿泊業	4	2%
運輸業	0	0%

コンサルティングについて	件数	割合
含まれている	134	64%
含まれていない	77	36%

資本金	件数	割合
5百万円以下	106	50%
5百万円超～1千万円以下	40	19%
個人事業主（資本金なし）	29	14%
1千万円超～3千万円以下	21	10%
3千万円超～5千万円以下	9	4%
5千万円超～	6	3%

現在の役員・従業員数	件数	割合
1人～3人以下	90	43%
4人～10人以下	49	23%
なし	41	19%
11人～30人以下	18	9%
31人～100人以下	11	5%
101人～	2	1%

創業時の役員・従業員数	件数	割合
1人～3人以下	106	50%
なし	72	34%
4人～10人以下	29	14%
31人～100人以下	2	1%
11人～30人以下	2	1%
101人～	0	0%

※経営者本人を除く

創業融資利用額	件数	割合
借入なし	129	61%
300万円超～1,000万円以下	34	16%
300万円以下	18	9%
1,000万円超～3,000万円以下	15	7%
3,000万円超～1億円以下	10	5%
1億円超	5	2%

創業時にかかった費用の総額	件数	割合
100万円以下	76	36%
100万円超～300万円以下	65	31%
300万円超～1,000万円以下	50	24%
1,000万円超～3,000万円以下	12	6%
3,000万円超～1億円以下	6	3%
1億円超	2	1%

直近決算期（前期）の売上高	件数	割合
1千万円超～5千万円以下	67	32%
1千万円以下	47	22%
1億円超～3億円以下	39	18%
5千万円超～1億円以下	33	16%
3億円超～10億円以下	17	8%
10億円超	8	4%

直近決算期（前期）収益状況	件数	割合
黒字	110	52%
赤字	71	34%
収支トントン	30	14%

### ◆経営者の特徴

経営者の性別は男性が85%と多く、創業時30～40歳代の経営者が60%と最も多い。76%以上が千代田区以外の居住者による創業である。

経営者の性別	件数	割合
男性	179	85%
女性	32	15%

経営者の居住地	件数	割合
東京23区内（千代田区以外）	101	48%
東京都下・神奈川県・埼玉県・千葉県	60	28%
千代田区内	45	21%
その他	5	2%

経営者の創業時の年齢	件数	割合
40歳代	76	36%
30歳代	51	24%
50歳代	49	23%
60歳代	23	11%
30歳未満	8	4%
70歳以上	4	2%

### ◆事業所について

事業所は、「20㎡未満」で「賃料が6～15万円」と比較的安い物件を選択するケースが多い。形態は、「事務所・店舗（一般賃貸）」が最も多いが「シェアオフィス・間借り」や「バーチャルオフィス」も一定数いる。事業拠点を探す方法は「インターネットで検索」が最も多く、物件を探し始めてから「1ヵ月以内」に決める割合が54%と多い。

事業拠点の形態	件数	割合
事務所・店舗（一般賃貸）	142	67%
シェアオフィス・間借り	55	26%
バーチャルオフィス	8	4%
自宅	5	2%
インキュベーション施設	1	0.5%
その他（拠点なし含む）	0	0%

事業拠点の広さ（専有部分）	件数	割合
20㎡未満	70	33%
21～40㎡	49	23%
41～80㎡	40	19%
81～120㎡	22	10%
121㎡以上	17	8%
専有部分なし	13	6%

事業拠点の月家賃（管理費等含む）	件数	割合
6～15万円	65	31%

16～30万円	41	19%
51万円以上	36	17%
1～5万円	34	16%
31～50万円	28	13%
家賃なし（所有含む）	7	3%

事業拠点を探した方法	件数	割合
インターネットで検索	79	37%
不動産会社に相談	66	31%
知人に相談	34	16%
その他	30	14%
公的機関に相談	2	1%

物件を探し始めてから入居するまでにかかった期間	件数	割合
2週間超～1ヵ月以内	81	38%
1ヵ月超～3ヵ月以内	68	32%
2週間以内	34	16%
3ヵ月超～6ヵ月以内	21	10%
6ヵ月超～1年以内	6	3%
1年超	1	0.5%

## II. 調査結果

### ◆創業者が千代田区内の事業所にすることが優れていると考える点

アンケート結果からは、千代田区に事業所を設置することが、「交通アクセス、通勤がしやすい」「千代田区であることが信用や自社のブランディングにつながる」という点で優れていると多く評価されている。

それ以外の項目は、件数に差があるもののチェック率が50%を下回っていることから、厳し目にみて、アンケート段階において優れていると評価されているとはえないが、「販路開拓の機会」や「情報収集のし易さ」において一定の評価が得られている。

自由記述では、千代田区のブランド、交通の利便性、取引先が近い、という3つの理由を挙げる記載が大多数であったが、それに加えて、街並みのきれいさに魅力を感じる、前職や学生時代からの愛着、などを理由としているものも多かった。

①立地については、「交通アクセス、通勤がしやすい」「千代田区のブランド」の順で件数が多かった。

立地について	件数	チェック率
交通アクセスが良く、通勤がしやすい	172	82%
所在住所が千代田区であることが信用や自社ブランディングにつながる	151	72%
周辺に自社の取引先や官公庁の施設が多く、移動コストが低い	73	35%
周辺に同じ業界、あるいは類似業界の事業者が多く、協業しやすい	35	17%
物件の選択肢（バーチャルオフィス、シェアオフィス含む）が多い	29	14%
地方や海外へのアクセスが良い	27	13%

②販路開拓・事業開発については、全ての項目でチェック率が50%を下回ったが、「企業や人と出会う機会が多い」と考える企業が最も多い。マーケットとしても魅力を感じている経営者がいることが伺える。

販路開拓・事業開発について	件数	チェック率
企業や人と出会う機会が多い（展示会・商談会・各種会合やイベント）	80	38%
自社の周辺にターゲットとなりそうな企業や利用客の数が多い	65	31%
営業支援・業務管理などのサービスやコンサルティングを提供する企業が多い	30	14%
多様な企業から提案を受ける機会が多く、事業開発のヒントとなる	22	10%
新たな研究・技術・サービス等の開発がしやすい環境が整っている	11	5%

③経営資源の調達については、全ての項目でチェック率が50%を下回ったが、「経営上で関心の高い情報を集めやすい」が最も多い。情報収集やサポートの選択肢の多さも魅力の一つであると考えられる。

経営資源の調達について	件数	チェック率
経営上で関心の高い情報を集めやすい	68	32%
資金繰りの相談を行うことができる金融機関が多い	58	27%
自社が求める人材を採用しやすい	44	21%
外注・アウトソーシング先となる企業を探しやすい	30	14%
仕入先の候補となる企業を探しやすい	20	9%

④経営支援については、全ての項目でチェック率が50%を下回ったが、「中小企業の支援機関が多い」が最も多い。

経営支援について	件数	チェック率
自社の周辺に公的な中小企業の支援機関が多い	62	29%
補助金などの様々な中小企業の支援施策が充実している	53	25%
様々な専門家やコンサルタントと接点を持つ機会が多い	44	21%

#### ◆創業者の他区への関心について

創業時に千代田区以外で事業所の候補として検討した地区については、「他に検討した地区はない」「中央区」「港区」「新宿区」の順となっている。

「他に検討した地区はない」は、当初から千代田区で創業と決めていた人である。

「中央区」「港区」「新宿区」が千代田区的主要なライバル区となる。

千代田区以外の候補	件数	チェック率
他に検討した地区なし	74	35%
中央区	53	25%
港区	45	21%
新宿区	25	12%
台東区	19	9%
渋谷区	17	8%
文京区	14	7%
その他の地域	12	6%



豊島区	8	4%
足立区	5	2%
目黒区	3	1%
江東区	3	1%

千代田区以外の候補	件数	チェック率
墨田区	3	1%
荒川区	3	1%
品川区	3	1%
大田区	2	1%
江戸川区	2	1%
板橋区	2	1%
北区	1	0%
中野区	1	0%
世田谷区	1	0%
練馬区	0	0%
葛飾区	0	0%
杉並区	0	0%

## ◆創業者が千代田区と他区との比較で重視する点

千代田区で創業する際に「中央区」、「港区」、「新宿区」、を比較検討した創業者のうち、前述の「交通アクセスが良く、通勤がしやすい」「所在住所が千代田区であることが信用や自社のブランディングにつながる」「周辺に自社の取引先や官公庁の施設が多く、移動コストが低い」を選択したものをクロス集計した。中央区をチェックした創業者は比率が高く、その中でも「ブランディング」が+11ポイントと差が大きいため、ブランディング面で千代田区と中央区のどちらで創業するか悩んでいることが分かる。

	全て	中央区	港区	新宿区
	211	53	45	25
交通アクセス・通勤	172 82%	48 91% +9	39 87% +5	21 84% +2
ブランディング	151 72%	44 83% +11	34 76% +4	17 68% △4
取引先や官公庁の施設	73 35%	19 36% +1	14 31% △4	10 40% +5

## ◆創業者の事業所選びについて

事業所を選ぶ手段は「インターネット検索」が最も多く、次に「不動産会社に相談」となっ

☐インターネットで検索	79
シェアオフィス・間借り	37
事務所・店舗（一般賃貸）	36
バーチャルオフィス	5
自宅	1
☐不動産会社に相談	66
事務所・店舗（一般賃貸）	62
シェアオフィス・間借り	3
バーチャルオフィス	1
☐知人に相談	34
事務所・店舗（一般賃貸）	20
シェアオフィス・間借り	11
自宅	1
インキュベーション施設	1
バーチャルオフィス	1
☐その他	30
事務所・店舗（一般賃貸）	23
シェアオフィス・間借り	4
自宅	3
☐公的機関に相談	2
事務所・店舗（一般賃貸）	1
バーチャルオフィス	1
<b>総計</b>	<b>211</b>

☐インターネットで検索	79
2週間超～1ヵ月以内	36
1ヵ月超～3ヵ月以内	26
2週間以内	13
3ヵ月超～6ヵ月以内	3
6ヵ月超～1年以内	1
☐不動産会社に相談	66
1ヵ月超～3ヵ月以内	27
2週間超～1ヵ月以内	23
3ヵ月超～6ヵ月以内	9
6ヵ月超～1年以内	4
2週間以内	3
☐知人に相談	34
2週間超～1ヵ月以内	16
2週間以内	8
1ヵ月超～3ヵ月以内	6
3ヵ月超～6ヵ月以内	3
6ヵ月超～1年以内	1
☐その他	30
2週間以内	10
1ヵ月超～3ヵ月以内	9
3ヵ月超～6ヵ月以内	5
2週間超～1ヵ月以内	5
1年超	1
☐公的機関に相談	2
3ヵ月超～6ヵ月以内	1
2週間超～1ヵ月以内	1
<b>総計</b>	<b>211</b>

ている。「インターネット検索」では「シェアオフィス・間借り」の件数が最も多くなっている。事務所を選ぶ期間は、「インターネット検索」「知人に相談」については、「不動産会社に相談」よりも短期間で事業所を選んでいる。

#### ◆創業者の創業時の悩み

「取引先の開拓・確保」はチェック率が49%であり、「営業面」の悩みである。

「自己資金の準備」はチェック率が35%「創業融資の調達」はチェック率が28%であり「資金面」の悩みである。

創業の準備段階で特に悩まれた事について	件数	チェック率
取引先の開拓・確保	103	49%
自己資金の準備	74	35%
創業融資の調達	59	28%
会社設立や会計等の知識	58	27%
事業計画の立て方	51	24%
従業員の採用	38	18%
創業場所の探し方	21	10%
家庭（家事、育児、介護）	10	5%
その他	8	4%

#### ◆創業時に利用した支援について

創業融資については、「日本政策金融公庫」のチェック率が28%と最も高い。

専門家相談については「税務・会計相談（税理士等）」が18%と最も高い。

情報収集・交流については、「知り合いの経営者等への相談」チェック率27%「公的支援機関のWEBサイト」チェック率27%の順である。いずれもチェック率が50%を下回っていることから、創業段階においては活発に活用されているとはいえ、今後の課題と捉えるべきである。

資金調達・補助金	件数	チェック率
創業融資（日本政策金融公庫）	59	28%
創業融資（東京都）	20	9%
起業資金（千代田区）	19	9%
小規模事業者持続化補助金	16	8%

創業助成事業（東京都中小企業振興公社）	11	5%
IT 導入補助金	8	4%

セミナー・専門家相談	件数	チェック率
税務・会計相談（税理士等）	38	18%
創業者向けセミナー（リアル）	29	14%
事業計画策定相談（中小企業診断士等）	21	10%
労務相談（社会保険労務士等）	17	8%
法律相談（弁護士等）	10	5%
IT 活用相談（IT コンサルタント等）	6	3%
創業者向けセミナー（オンライン）	5	2%
少人数勉強会（ゼミナール）	5	2%

情報収集・交流	件数	チェック率
知り合いの経営者等への相談	57	27%
公的支援機関の WEB サイト	56	27%
起業関連の書籍・マニュアル	39	18%
経営者コミュニティへの参加	31	15%
業界団体への加入	28	13%
民間支援機関の WEB サイト	27	13%
創業者向け交流会への参加	17	8%
創業者向けメールマガジンの登録	4	2%

#### ◆ 「創業時の悩み」 × 「支援策」

創業時の悩みに対して、どのような支援策が活用されているかをクロス集計で分析した。

#### <取引先の開拓・確保に悩みを持つ創業者>

創業の準備段階で「取引先の開拓・確保」に悩みを持つ創業者は件数 103、チェック率 49%、と比較的多かったが、この創業者が利用した支援策につきチェックした件数は以下の通りで、「空白」のチェック率が最も多く、「知合いの経営者への相談」「経営者コミュニティへ

の参加」「創業者向けセミナー（リアル）」と続いた。

取引先の開拓・確保	件数	チェック率
全体	103	100%
空白	56	54%
知り合いの経営者等への相談	31	30%
経営者コミュニティへの参加	21	20%
創業者向けセミナー（リアル）	21	20%
業界団体への加入	19	18%
事業計画策定相談(中小企業診断士等)	15	15%
創業者向け交流会への参加	12	12%
創業者向けセミナー（オンライン）	2	2%

※チェック率は分母を 103 で計算

※支援策は関連するものを抜粋

<自己資金の準備に悩みを持つ創業者>

創業の準備段階において「自己資金の準備」で悩みを持つ創業者が、利用した支援策につきチェックした件数は以下の通りで、「空白」のチェック率が最も多く、「創業融資（日本政策金融公庫）」「創業融資（東京都）」と続いた。

自己資金の準備	件数	チェック率
全体	74	100%
空白	38	51%
創業融資（日本政策金融公庫）	26	35%
創業融資（東京都）	12	16%
起業資金（千代田区）	6	8%
小規模事業者持続化補助金	6	8%
創業助成事業（東京都中小企業振興公社）	5	7%
IT導入補助金	5	7%
税務・会計相談（税理士等）	18	24%
創業者向けセミナー（リアル）	11	15%
事業計画策定相談（中小企業診断士等）	6	8%
創業者向けセミナー（オンライン）	3	4%
少人数勉強会（ゼミナール）	2	3%

※チェック率は分母を74で計算

<創業融資の調達に悩みを持つ創業者>

創業の準備段階において「創業融資の調達」で悩みを持つ創業者が、利用した支援策につきチェックした件数は以下の通りで、「創業融資（日本政策金融公庫）」のチェック率が最も多く、「空白」「創業融資（東京都）」と続いた。

創業融資の調達	件数	チェック率
全体	59	100%
創業融資（日本政策金融公庫）	30	51%
空白	16	27%
創業融資（東京都）	14	24%

起業資金（千代田区）	10	17%
小規模事業者持続化補助金	6	10%
創業助成事業（東京都中小企業振興公社）	5	8%
IT 導入補助金	3	5%
税務・会計相談（税理士等）	15	25%
創業者向けセミナー（リアル）	9	15%
事業計画策定相談（中小企業診断士等）	9	15%
創業者向けセミナー（オンライン）	4	7%
少人数勉強会（ゼミナール）	1	2%

※チェック率は分母を 59 で計算

#### ◆女性、若者、シニアの創業者

アンケートでは、創業者の属性は、女性 15%、創業時 30 歳未満 4%、創業時 60 歳以上 13%、という結果である。

「2022 年度新規開業実態調査」日本公庫創業研究所では、女性は 24.5%、30 歳未満の創業者は 7.2%、60 歳以上は 7.5%となっている。

これらからは千代田区は、女性、若者、の創業者比率が低いと分かるが、千代田区の地域特性もあるため簡単に問題があるとはいえない。

### Ⅲ. 総括と千代田区での創業環境の整備と創業活性化 に向けた提言

#### 1. 調査結果全体に関する分析・提言

千代田区の創業者を増やすには、創業準備段階の事業所探しで千代田区内の物件に決めてもらう必要があります。そして、事務所選びは営業面や資金面にも影響を与える。その為、「創業者の事業所探し」にも焦点を当てて提言を行った。

またネット社会において創業者も、インターネットで情報収集する割合が高く、物件を決め創業するまでの期間がスピード化していると考えられる。よって、主にWEBを活用した提言内容となっている。

更に、近年は、働く場所、働き方、ビジネスモデルが多様化しているため、「創業環境」とらわれず、「働きやすい環境」も視野に整備・PRしていくことが結果として「創業環境」の強化になると考え、提言に反映させている。

#### ◆創業者の特徴に応じた支援について

千代田区の創業者は、男性 85%で、30~40 歳台、の人が多い。76%以上が千代田区以外の居住者である。

企業に勤務しながら創業準備をしている状況の方が多く、平日の 9 時~17 時での対面での情報収集や相談が難しいことが想定される。

創業段階で「取引先の開拓・確保」「自己資金の準備」「創業融資の調達」で悩む創業者は一定数いるが、支援策である「セミナー・専門家相談」を利用した、のチェック率が低い。その為、平日夕方以降や土日祝日での創業相談に対応するべく、中小企業診断士等の出張相談やオンラインでの相談を柔軟に運用していくことが有効と考える。

#### ◆創業者向け事務所選びポータルサイトの立上げ

調査結果では、創業者が事務所を選ぶ際、インターネットで情報収集するケースが多い。また、インターネットの場合、短期間で事務所を決定している。

そこで、創業準備者に対し、千代田区が管理する創業ポータルサイトを立上げ、その中で千代田区内の主な事務所ビル、シェアオフィス、バーチャルオフィス、等の情報を提供することで創業準備者が安心して事業所選びをしやすくする。(不動産会社の様に個別物件の空き情報の掲載はしない。)

ハード面だけではなく、ソフト面についても客観的な視点で情報提供することで、創業者が



自分のビジネスモデルに適した選択がしやすいものにする。

また、エリア毎のビジネス拠点としての魅力、街の特徴、交通アクセス、管轄役所等の視点でも詳しく紹介することでエリアブランドPRを狙う。

(霞が関エリア、丸の内エリア、神田・秋葉原エリア、神保町・御茶ノ水エリア、麹町・半蔵門エリア)

更に、千代田区内での会社設立方法、会計、社会保険、資金調達、創業計画支援、について実施場所、相談場所、役立つ情報を掲載する。

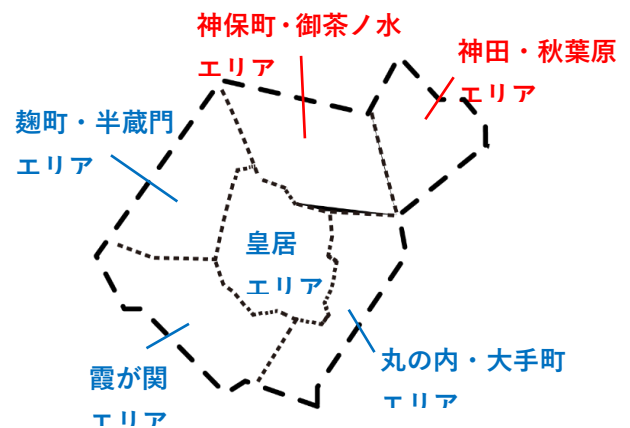
#### ◆地名でのブランド力強化について

創業者がブランドの視点で創業場所を選ぶ際、「千代田区」や「中央区」の区名のみではなく、「千代田区神田」「中央区銀座」「中央区日本橋」といった地名も重視していると考えられる。

以下の地名調査の通り、千代田区では住所に「神田」がつく企業数が圧倒的に多い状況。一方で中央区では、住所に「日本橋」「銀座」がつく企業が多い状況。

このことから、「神田」のビジネス拠点としての魅力や認知度を高めるため、エリア毎の魅力を発信することが重要である。

また、「丸の内」「大手町」「霞が関」等のブランド力があるエリアで創業者の手が届く賃料のシェアオフィス、バーチャルオフィスを増やすための取組みも有効と考えられる。



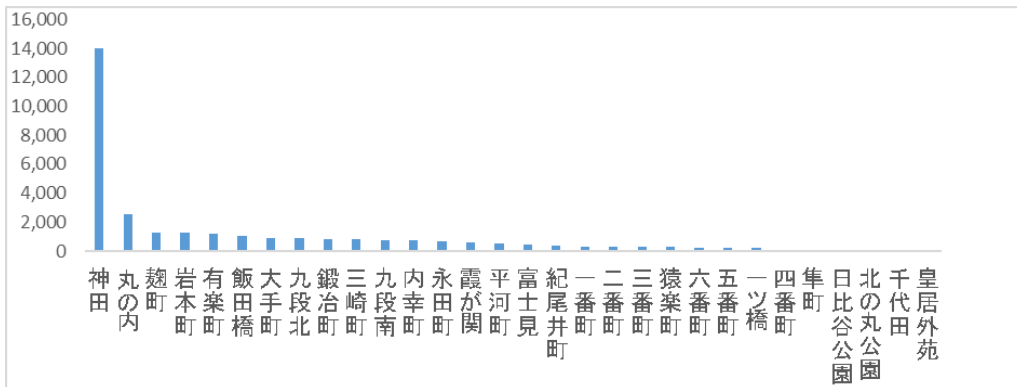
#### <地名調査 (千代田区、中央区)>

平成 28 年経済センサス - 活動調査報告のデータを基に千代田区、中央区の地名について以下の通り事業所数を調査した。

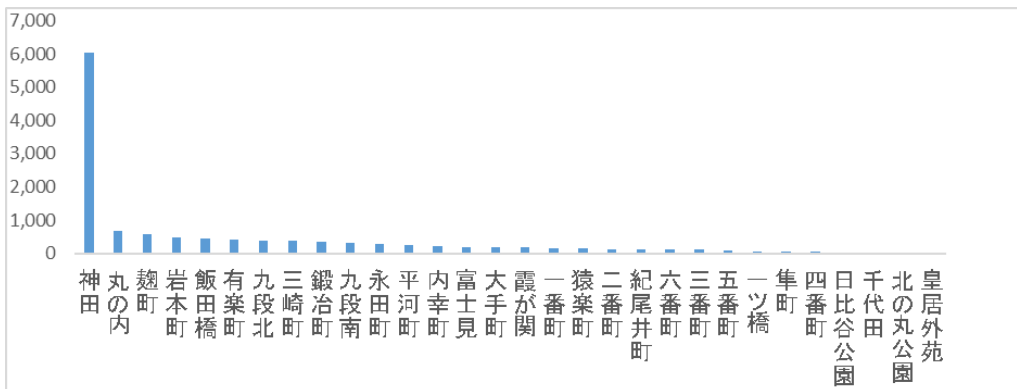
千代田区では、住所に「神田」がつく企業数が多い。一方で、中央区では、住所が「日本橋」「銀座」がつく企業数が多い。

以下のように千代田区は、住所に「神田」がつく事業者数が最も多い。

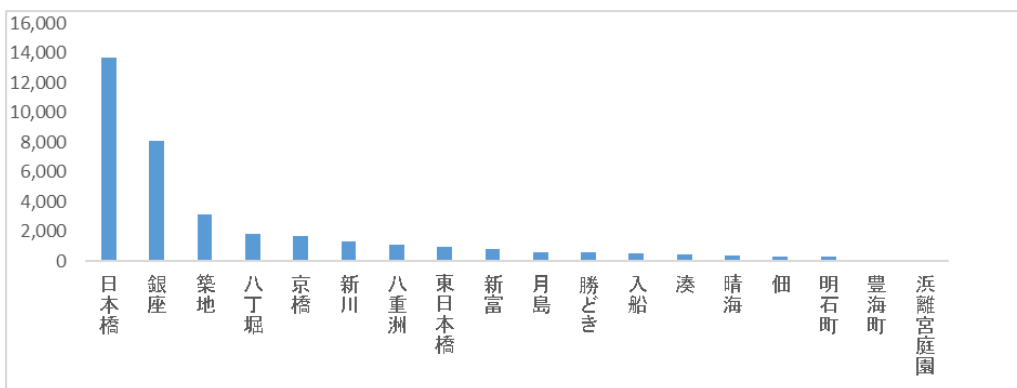
※外神田、内神田、西神田、東神田、も神田に統合



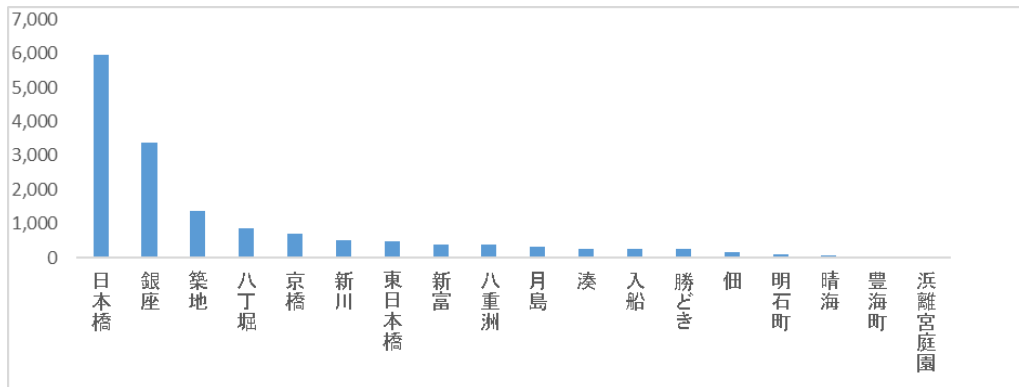
以下のように千代田区は「従業員数1～4名の規模」の企業でも「神田」が多い。



以下のように中央区は住所に「日本橋」「銀座」がつく事業者数が多い。



以下のように中央区は「従業員数1～4名の規模」の企業でも「日本橋」「銀座」が多い。



#### ◆創業の準備段階の悩みに対応する

アンケート結果では、創業の準備段階で特に悩まれた事について、「取引先の開拓・確保」をチェックした人は、103件、49%と最も多かった。続いて、自己資金の準備 74件、35%、創業融資の調達 59件、28%であった。

##### ①取引先の開拓・確保に対応できる経営相談機能PR強化

東京商工会議所千代田支部、千代田区役所等は、経営指導員・中小企業診断士等の専門家相談機能が充実している。マーケティング、営業手法、営業ツール強化、WEB・SNS活用等、販路開拓方法で創業者に対しても相談対応が出来る余地は大きい。

##### ②オンディマンド創業セミナーの実施

創業段階で、取引先の開拓・確保に悩みを持つ創業者は、創業者向けセミナー（リアル）をチェックした人が一定数いた。（21件、チェック率20%）

オフライン・オンラインのセミナーは参加時期が限定されるため、いつでも受講できるようにオンディマンド化することも有効と考えられる。

オンディマンドコンテンツ化し、千代田区で創業したい人が「いつでも」「どこでも」「何度でも」受講できるようにする。

また、知り合いの経営者等への相談（31件チェック率30%）、経営者コミュニティへの参加（21件チェック率20%）が一定数いたことから、セミナーの内容は座学のみではなく、千代田区先輩経営者の創業時の販路開拓方法につきインタビューした内容を動画にするなどと効果的と考える。

### ③取引先開拓と資金面の視点で事務所選び役立つ情報を提供

アンケート結果の調査概要で、創業の業種は、「法人向サービス業」が42%と最も多く、「事業にコンサルティングを含む」割合が64%であることから、創業段階でビジネスモデルに合った事務所を選ぶことが重要である。

例えば、法人向けに「人材コンサルティング」の事業を1人で創業する場合、専門的なサービスであるため小規模で開始できる。一方で、顧客開拓においてはターゲット企業等への営業活動に時間を割くことが重要になる。

この場合、駅近のシェアオフィスを選択し、複合機や机などの初期費用や賃料を抑え、交通費を惜しまず営業活動に取り組むべきであろう。

また、電話受付代行、郵便物転送、事務代行、テレアポ、WEBサイト構築、営業ツール作成等のソフト面のサポートを利用し、自分は営業により多くの時間を割く方が良いかもしれません。

このように、創業者にとって事務所選びは営業面、資金面、において大きなインパクトがあるといえる。

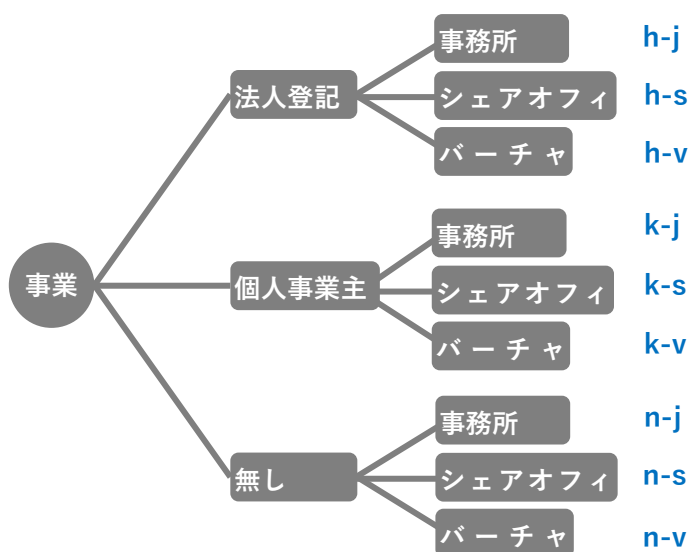
その為、千代田区内での事務所選びに役立つ情報発信が有効と考える。

### ◆働き方の多様化への対応

近年は、多様な働き方のニーズが出てきている。例えば、副業の方の事務所、オンライン専門企業の登記場所、企業によるテレワーク用サテライトオフィス、事務所の時間貸し、等がある。

このような「創業環境」を超えた「働きやすい環境」を把握し、整備をしていくことで結果として、ビジネスエリアとしての魅力が増し「創業環境」が活性化してくるものと考えている。

以下の図のように様々なタイプがあり、法人登記のみのバーチャル、登記も個人事業主でも無く時間で借りる、等も増えている。



以下は Google キーワードプランナーで検索ボリュームを調査したものであるが、副業、バーチャルオフィスといったキーワードでの検索も多く、関心の高さがうかがえる。

キーワード	回数/月	キーワード	回数/月
事務所	33,100	副業	165,000
シェア オフィス	22,200	起業	27,100
バーチャル オフィス	18,100	創業	5,400

※Google で日本国内で過去 1 年間の月平均検索回数。

### <バーチャルオフィスについて>

バーチャルオフィスについては、賛否両論あるが、法人設立をする場合は千代田区の企業としてカウントされる。千代田区に魅力を感じて会社住所を置きたいという創業者も積極的に取り込んで良いと考える。

バーチャルオフィスは、低賃料や法人登記だけが機能ではなく、電話代行、郵便物の転送、会議室レンタル、事務代行、情報提供、相談等、のオプションがあり利用者をソフト面でサポートする点が特徴である。

創業者のビジネスモデルによってはリアル店舗や事務所を持たず、必要な時にカフェや時間貸しスペースを利用し、削減した費用で、電話代行や事務代行を活用することで労働生産性が高まるというケースも多い。

固定費を削減し事業環境に柔軟に対応できる状態は事業継続性の観点では良い選択と考える。

### <テレワークスペース、時間貸し事務所>

テレワークスペースは、テレキューブ等のブース型、時間貸し事務所、カフェ、等、様々ある。

これらは、创业者の増加に直接影響ないとみられがちであるが、間接的には大きな影響があると考ええる。

千代田区内でのビジネス活動量が増える効果はあるし、これらの環境が更に充実すれば、街の働きやすさが向上し、創業場所としての魅力も向上していく。また、空きビルの有効活用などにも貢献できる可能性がある。

その為、このような環境も積極的に把握し、誘致・整備していくべきと考ええる。

### <副業の事業者について>

副業の解禁により、法人や個人事業主として事業を実施する方も増えている。副業による創業の場合、一般的な創業と比較して違いがある。

创业者は、勤め先から給与が入るため資金面が安定する。一方で、創業段階のみでなく創業後も時間的な制約があり事業に専念できない。

この様な副業事業者の時間的な制約を踏まえた柔軟な経営支援、金融支援が重要である。

### ◆外国人创业者について

「日本政策金融公庫論集 第 51 号（2021 年 5 月） 増加する外国人経営者とその全体像」によると、外国人経営者は増加しており、国内企業が減少傾向にある状況において、外国人创业者の増加は企業数の維持に貢献できる。

外国人による創業が千代田区にとってプラスに作用するよう手を打っていくことが重要である。調査資料によると主なポイントは以下の通り。

#### <特徴>

- ・中国をはじめとするアジアの出身者が大半を占める
- ・卸売業が約 4 割を占めている
- ・留学や仕事などの目的で来日し、一定の期間を経て経営者となった人が多い

#### <良い点>

- ・高学歴の人が多く、日本語の会話能力もかなり高い傾向
- ・多くの経営者が「出身国とのつながりを生かせる」「外国語が話せる」「国際感覚がある」
- ・外国人経営者は、日本人経営者と比べて拡大志向
- ・事業継続志向が強い傾向

- ・日本に永住したいと考えている

#### <ニーズ>

- ・日本語の細かいニュアンスがわからない
- ・新規取引先の開拓が難しい
- ・金融機関からの借入が難しい
- ・不動産を借りるのが難しい

その為、ポータルサイト等での情報発信の際は多言語化に対応するとともに、外国人創業者に配慮した経営相談体制を構築しPRしていくことが重要である。

### ◆創業融資に対する事業性評価能力の向上

千代田区での創業者は、法人向けサービス業が多く、コンサルティングを提供する企業が多い。

このように販売する商品が、無形サービスで、かつ分かり難い場合、「事業性評価」に基づく金融支援が重要になる。

更に今後の、副業、外国人創業者、バーチャル、等、に対応していくためには事業実態を適切に把握し事業性を評価する視点は重要であり、それに向けた対策が必要である。

例えば、国のフォーマットで、ローカルベンチマーク（業務フロー・商流）というものがあるが、ビジネスモデルの定性面を見える化出来る書式フォームであり参考になる。

アンケート調査の「もし、創業時にあれば助かったと考える支援」においても公的融資制度において、創業計画作成支援の更なる充実に対する期待が読み取れる。

### ◆創業者満足度の向上について

創業件数だけでなく、創業者満足度に着目し取組むことで、結果として創業者の口コミにより千代田区内で創業する企業が増えていく。

#### ①創業後のサポート力を見える化

創業段階では想定しなかった課題も、企業を経営する中で様々発生する。マーケティング、資金調達、人材活用、法律、税務、等。千代田区も他区同様に相談事業を実施しており充実している。

つまり、「千代田区がよい」ではなく、「千代田区でよかった」、という事例を増やしPRしていく視点が重要である。

#### ②創業場所選びのアンマッチを減らす

実際に創業時の事務所選びで失敗したという話はよく聞き、例えば以下のようなものがある。

- ・当初想定したより事業が上手くいかず、事務所の賃料負担が大きかった
- ・思っていたより駅から遠く、実際には利用頻度が低かった

重要なことは、創業者視点での客観的で十分な情報を提供し、比較検討できるようにすることである。例えば、業種別に事務所選びをした際の創業者の事例紹介等があると参考になる。

#### ◆中長期的な視点での創業活性化

インターネットや IT 技術の進化により、EC 事業、クラウドサービス、オンラインでのコミュニケーション、テレワーク等、場所を選ばないビジネスが増加していく。

これらにより、ハード面（千代田区内に事業所を賃貸する）の価値が低下していく。

一方で、ソフト面（千代田区のブランドや千代田区内の事業者であれば得られるサービス）の価値がより重視されると考えられる。

これらに対応していくため、千代田区で創業するソフト面のメリット強化が一層重要になっていく。

例えば、千代田区の事業者のみが利用できるオンライン経営相談実施、千代田区の事業者のみが利用できる専用コンテンツ設置が考えられる。（「G ビズ ID（国の認証 ID）」等を使用しアクセスできる専用コンテンツを整備し、お得に利用できる電子クーポン、オンディマンド動画、オンライン相談、補助金申請フォーマット、等を設置）

このように千代田区事業者のみが利用できるソフト領域を整備し、価値あるコンテンツを増やしていくことで千代田区内で創業するソフト面のメリットが強化出来る。



## IV. 参考資料

- ・平成 28 年経済センサス - 活動調査報告
- ・「日本政策金融公庫論集 第 51 号 (2021 年 5 月) 増加する外国人経営者とその全体像」
- ・「2022 年度新規開業実態調査」日本政策金融公庫総合研究所

## V. ワーキンググループメンバー名簿

### 1. ワーキンググループ

座 長：興産信用金庫 地域支援部 次長 吉田 渉

委 員：千代田区 地域振興部 商工観光課 課長 末廣 康二

委 員：日本政策金融公庫 東京支店 国民生活事業 事業統轄 小松 祐一

委 員：公益財団法人まちみらい千代田 マネージャー 加藤 英明

### 2. 外部専門家

合同会社ボム 代表社員・中小企業診断士 西川 智哉

### 3. 事務局

東京商工会議所千代田支部