

政策課題分析シリーズ 21

地域の新たな担い手としての移住起業者に関する分析

－実態と課題、地域活性化への影響について－

令和 4 年 5 月

内閣府政策統括官（経済財政分析担当）

要旨

地域の新たな担い手としての移住起業者に関する分析 －実態と課題、地域活性化への影響について－

1. 背景と問題意識

- 地域経済の底上げや地域コミュニティの持続的発展のため、活力ある中堅・中小企業の創出や、社会起業を促進することが不可欠となっている。
- 一方、コロナ禍でテレワークやリモート化が進んだことで、オンライン商談やネット販売による商圈の拡大が可能になるなど、地方でも起業を行いやすくなっている。
- また、自宅やシェアオフィスを事務所とした小規模な起業や、収入よりも社会貢献・地域貢献を志向する起業が増加するといった裾野の広がりもみられる。

地域の課題解決・コミュニティの持続的発展の担い手である地域の起業家への支援が求められている。

<「骨太方針2021」（令和3年6月18日閣議決定）（抜粋）>

○ 感染症を契機とした地方への関心の高まり、テレワーク拡大、デジタル化といった変化を後押しして地方への大きな人の流れを生み出し、新たな地方創生を展開し、東京一極集中を是正する。

○ 地域の女性起業家、社会起業家等を支援すること等により、地域コミュニティの持続的発展を支援する。

<「岸田内閣 施政方針演説－三. 新しい資本主義（デジタル田園都市国家構想）」（令和4年1月17日）（抜粋）>

○ デジタルを活用した地方の活性化を成長戦略の第一の柱として、デジタル田園都市国家構想を強力に推進し、地域の課題解決とともに、地方から全国へと、ボトムアップでの成長を実現していく。そのために、インフラ整備、規制・制度見直し、デジタルサービスの実装を、一体的に動かしていく。

コロナ禍で地方移住や関係人口拡大の機運が生じている中で、起業に挑戦する意欲のある地方移住者が地域の新たな担い手となって、地域の様々な主体と連携し交流を深めながら、地域資源を活用したイノベーションの創出や地域コミュニティの活性化など地域経済に貢献していくことが期待される。

地域の新たな担い手としての移住起業者の実態や課題、地域活性化への影響を調査・分析することで、地域コミュニティの持続的発展を推進するための政策課題を明らかにする。

2. 今回の分析結果のポイント

東京圏

（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県）

テレワーク普及、デジタル化が先行

<移住起業者※1の特徴>

- テレワーク実施率、副業実施率が東京圏在住者・地方起業者※2より高い
- 起業準備中に副業を実施していた確率が地方起業者より高い
- 社会課題解決志向・地域貢献意識が地方起業者より高い

東京圏外

東京圏と比較し
テレワーク普及、デジタル化に遅れ

<移住起業者の地域経済への波及効果>

- デジタル化の浸透
- 関係人口の創出
 - 都市部との接点を活用した副業人材の呼び込み
 - 若年層との交流事業によるU I Jターン誘発

<移住起業者の支援ニーズ>

- 公的支援制度の柔軟化
- 伴走支援等の起業者育成支援
- 地域の人的ネットワーク形成支援

<自治体の支援策に求められる改善点>

- 地域課題の明確化
- 地域の魅力の情報発信
- 官民連携、外部人材活用

今後の政策面の課題

- コロナ禍においてもオンラインを活用しきれていない企業のテレワーク導入の推進
- 東京圏外企業と都市部人材のマッチング強化や「ふるさと副業」の推進
- 移住起業時における人的ネットワーク形成・継続的な伴走支援の強化
- 関係人口創出・若年層の地域体験の機会づくり

※1 要旨においては、過去10年以内に自身の意志で地方移住を実施し、過去5年以内に起業した者を「移住起業者」と記載している。

※2 要旨においては、従来より東京圏外に居住し、過去5年以内に起業した者を「地方起業者」と記載している。

3. 個人アンケート調査

- 全国20~69歳の男女を対象とした個人アンケート調査を実施（総計9,229人 2021年12月）。
- 質問項目：①基本的事項（回答者属性等）に関する質問
②移住に関する質問
③起業に関する質問
- 主な集計結果
 - 東京圏在住者（2,528人） 現在、東京圏（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県）に在住する者
 - 東京圏外在住者（6,701人） 現在、東京圏外に在住する者
 内、東京圏から東京圏外への地方移住起業者が300人、地方起業者が524人
※元起業者を除く

| | 過去5年以内起業者 | | 過去6年以上前起業者 | 合計 |
|-------|-----------|-------|------------|------|
| | 主业として | 副業として | | |
| 移住起業者 | 153人 | 93人 | 54人 | 300人 |
| 地方起業者 | 119人 | 56人 | 349人 | 524人 |

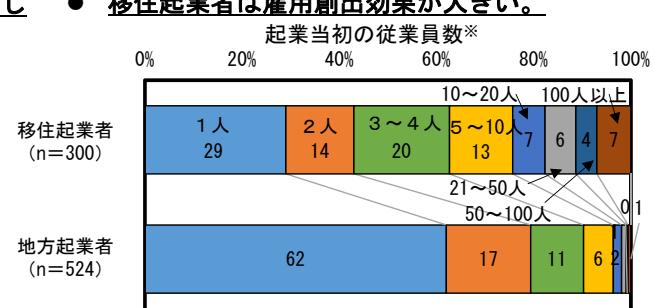
※移住起業者、地方起業者（元起業者を含む）は、スクリーニング調査により定量分析に必要なサンプル数を確保。

このほか、テレワーク実施有無、副業実施有無、起業のきっかけ、起業場所選定にあたり重視する点、起業準備中の状況、5年前と現在との変化などを調査し、調査結果を相互に関連付け、相関関係を分析。

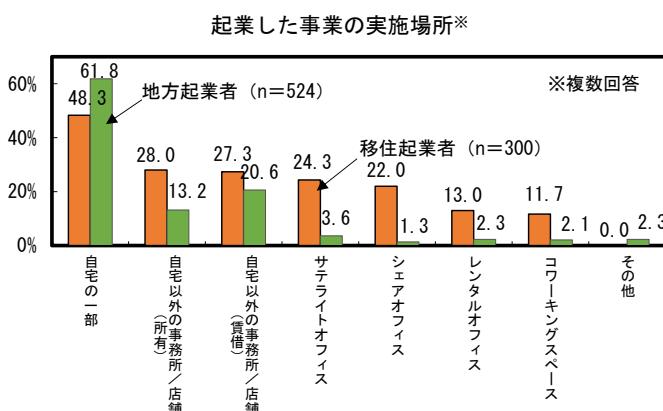
4. 移住起業者の特徴

- 移住起業者は、地方起業者や東京圏起業者と比較して、テレワーク実施率、副業実施率が高い。
- 移住起業者は雇用創出効果が大きい。

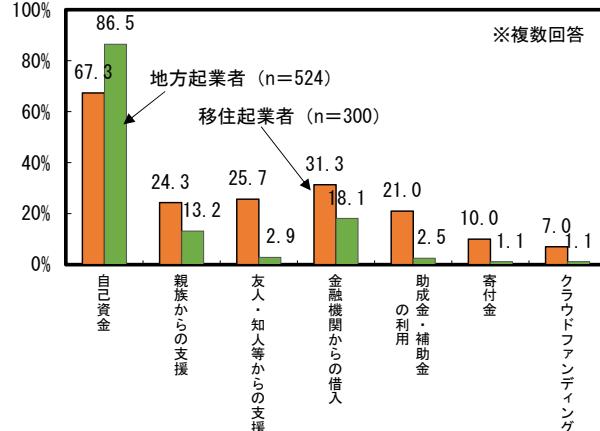
| 過去5年以内起業者の特徴 | | | |
|--------------|---------|---------|---------|
| | 移住起業者 | 地方起業者 | 東京圏起業者 |
| *基本属性 | | | |
| 男性の割合 | 82.5% | 69.1% | 65.1% |
| 平均年齢 | 37.2歳 | 44.9歳 | 40.9歳 |
| *労働環境 | | | |
| 平均世帯年収 | 623.2万円 | 559.7万円 | 747.6万円 |
| テレワーク実施率 | 85.8% | 45.3% | 65.0% |
| 現在の副業実施率 | 84.2% | 55.3% | 71.7% |
| 5年前の副業実施率 | 80.9% | 44.2% | 66.7% |



- 移住起業者は、新しい働き方の拡大に伴い普及した事業実施場所を積極的に取り入れている。



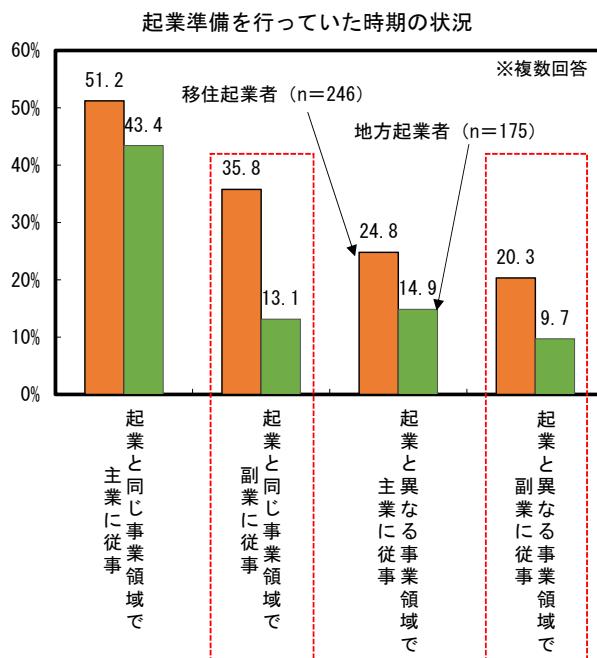
- 移住起業者は、資金調達方法が多様。



(備考) 1. 左上図は図表2-2-1、左下図は図表補-2、右上図は図表補-5、右下図は図表補-10より作成。
 2. ※を付した図表の集計値には過去6年以上前に起業し現在も経営を継続している者を含む。

5. 移住起業者が起業準備を行っていた時期の状況

- 起業準備段階では、起業と同じ事業領域で主業に従事していた者が多い。移住起業者については、同じ事業領域で副業に従事していた者も多い。



- 移住起業者は地方起業者と比較して、起業準備中に何らかの副業を実施していた確率が有意に高く、副業から移住起業につながるケースが多い。

起業準備を行っていた時期の状況
(移住起業者と地方起業者との比較・プロビットモデル)

| | 主業としての起業 | 副業としての起業 |
|------------------|--------------------|---------------------|
| 起業と同じ事業領域で主業に従事 | 0.160 (0.196) | 0.358 (0.275) |
| 起業と同じ事業領域で副業に従事 | 0.524** (0.235) | 0.892*** (0.297) |
| 起業と異なる事業領域で主業に従事 | 0.189 (0.247) | 0.329 (0.322) |
| 起業と異なる事業領域で副業に従事 | 0.580* (0.306) | 0.265 (0.340) |

***, **, * はそれぞれ有意水準1%, 5%, 10%未満を示す。

括弧内の数値は標準誤差。

被説明変数はそれぞれ過去5年以内移住起業者=1、過去5年以内地方起業者=0としている。

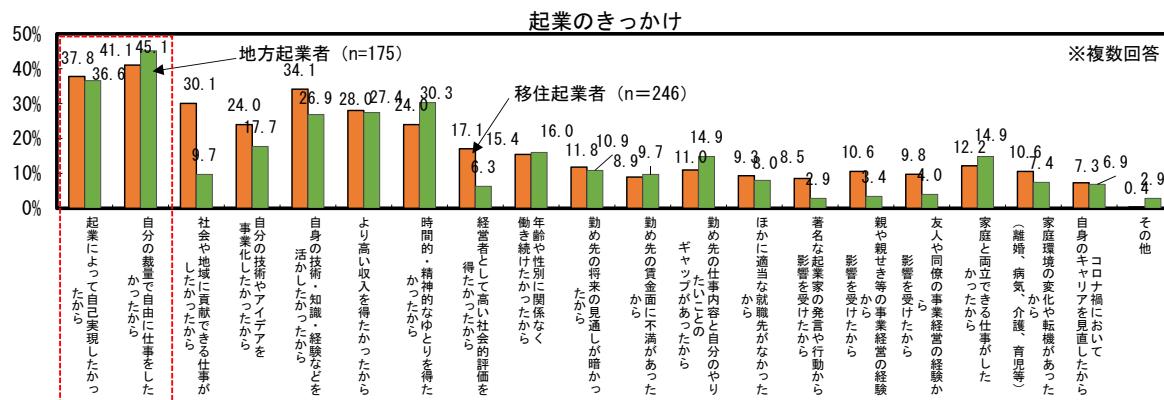
分析にあたっては、以下の属性をコントロールしている。

- ・性別
- ・年齢
- ・最終学歴
- ・現在の婚姻関係の有無
- ・現在の子供の有無
- ・現在の共働きの有無

(備考) 左図は付表に示す質問41に対する回答。集計対象は過去5年以内に起業した 地方移住者 246名、地方起業者175名。複数回答。
右図は図表2-2-4、2-2-5より作成。

6. 移住起業者の起業のきっかけ

- 起業したきっかけは、「自分の裁量で仕事をしたい」、「自己実現をしたい」といった本人の意欲に関わることが多い。



- 移住起業者は地方起業者と比較して「社会や地域に貢献したかったから」というきっかけが多い。一方、「勤め先の仕事内容と自分のやりたいことのギャップがあったから」や「家庭と両立できる仕事がしたかったから」といった現在の仕事への不満をきっかけとした起業は少ない。

起業のきっかけ (移住起業者と地方起業者との比較・プロビットモデル)

| | | | | | |
|-------------------------|---------------------|-------------------------------|---------------------|--------------------------------|--------------------|
| 起業によって自己実現したかったから | 0.0285 (0.152) | 時間的・精神的なゆとりを得たかったから | -0.184 (0.179) | 著名な起業家の発言や行動から影響を受けたから | 0.252 (0.398) |
| 自分の裁量で自由に仕事をしたかったから | -0.0670 (0.150) | 経営者として高い社会的評価を得たかったから | 0.305 (0.274) | 親や親せき等の事業経営の経験から影響を受けたから | 0.339 (0.325) |
| 社会や地域に貢献できる仕事がしたかったから | 0.928*** (0.209) | 年齢や性別に関係なく働き続けたかったから | -0.0707 (0.231) | 友人や同僚の事業経営の経験から影響を受けたから | 0.365 (0.330) |
| 自分の技術やアイデアを事業化したかったから | 0.139 (0.196) | 勤め先の将来の見通しが暗かったから | 0.166 (0.249) | 家庭と両立できる仕事がしたかったから | -0.439* (0.247) |
| 自身の技術・知識・経験などを活かしたかったから | 0.147 (0.168) | 勤め先の賃金面に不満があったから | -0.442 (0.300) | 家庭環境の変化や転機があったから（離婚、病気、介護、育児等） | 0.176 (0.287) |
| より高い収入を得たかったから | -0.119 (0.163) | 勤め先の仕事内容と自分のやりたいことのギャップがあったから | -0.573** (0.267) | 自身のキャリアを見直したから | -0.151 (0.309) |
| | | ほかに適当な就職先がなかったから | 0.173 (0.262) | その他 | -0.817 (0.625) |

***, **, * はそれぞれ有意水準1%, 5%, 10%未満を示す。

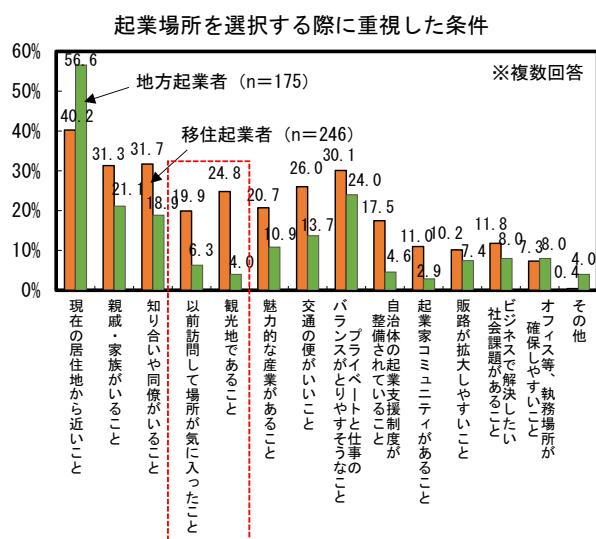
括弧内の数値は標準誤差。

被説明変数はそれぞれ過去5年以内移住起業者=1、過去5年以内地方起業者=0としている。

(備考) 上図は図表2-2-6、下図は図表2-2-7より作成。

7. 移住起業者が起業場所を選択する際に重視すること

- 移住起業者は多様な条件を考慮して起業場所を選択している。一方、地方起業者は「現在の居住地から近いこと」や「プライベートと仕事のバランスがとりやすそうなこと」を起業場所を選択する際に重視することが多い。
- 移住起業者は地方起業者と比較して、観光地であることや、過去に旅行や仕事で訪れて気に入ったなど、生活の楽しみや縁を重視する者が多い。移住起業者を呼び込むには、地域の魅力発信による「ご縁づくり」が重要。



起業場所を選択する際に重視した条件
(移住起業者と地方起業者との比較・プロビットモデル)

| | |
|--------------------------|---------------------|
| 現在の居住地から近いこと | -0.346** (0.144) |
| 親戚・家族がいること | 0.0947 (0.163) |
| 知り合いや同僚がいること | 0.219 (0.166) |
| 以前訪問して場所が気に入ったこと | 0.423* (0.235) |
| 観光地であること | 0.926*** (0.251) |
| 魅力的な産業があること | -0.104 (0.219) |
| 交通の便がいいこと | 0.219 (0.192) |
| プライベートと仕事のバランスがとりやすくなうこと | 0.0140 (0.168) |
| 自治体の起業支援制度が整備されていること | 0.458 (0.297) |
| 起業家コミュニティがあること | 0.473 (0.378) |
| 販路が拡大しやすいこと | -0.478 (0.314) |
| ビジネスで解決したい社会課題があること | -0.216 (0.288) |
| オフィス等、執務場所が確保しやすいこと | -0.345 (0.312) |
| その他 | -1.310** (0.583) |

***, **, * はそれぞれ有意水準1%、5%、10%未満を示す。

括弧内の数値は標準誤差。

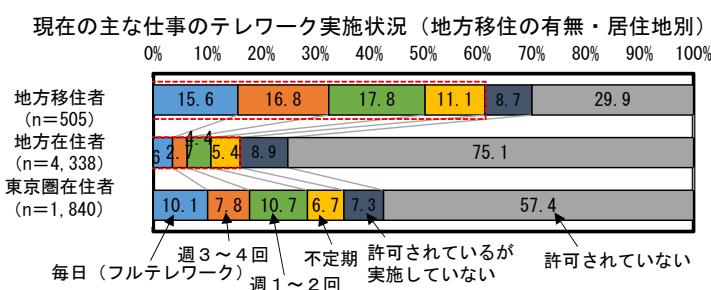
被説明変数はそれぞれ過去5年以内移住起業者=1、

過去5年以内地方起業者=0としている。

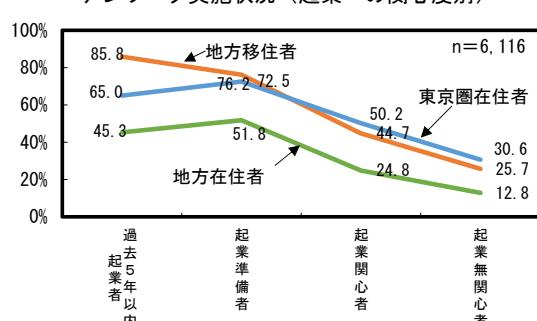
(備考) 左図は図表2-2-8、右図は図表2-2-9より作成。

8. 新しい働き方と移住起業の関係

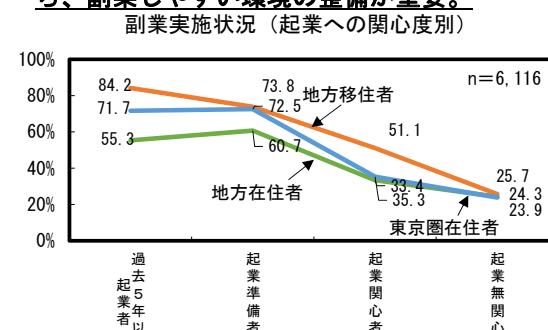
- 地方移住者は積極的にテレワークを実施している一方、地方在住者のテレワーク率が顕著に低い。テレワークを実施していない者は、職場から許可されていないケースがほとんどである。



- 過去5年以内起業者や起業への関心が高い者ほど、テレワーク実施率が高い。地方在住者のテレワーク実施率は低水準であり、移住起業者は移住先でのデジタル化の先導者としての役割が期待される。
- テレワーク実施状況（起業への関心度別）



- テレワークと同様、過去5年以内起業者や起業に関心が高い者ほど副業実施率が高い。上でみたように移住起業は副業が発展したものが多いことから、副業しやすい環境の整備が重要。



(備考) 上図は図表2-2-18、左下図は図表2-2-19、右下図は図表2-2-20より作成。

9. 個別ヒアリング対象者

- 移住起業までの経緯、当時又は現在の課題、支援ニーズ等の事例を具体的に把握することを目的に、移住起業者へのヒアリング調査を実施。また、移住起業支援の好事例を把握するため、地方自治体や民間の起業支援事業者、地域金融機関へのヒアリング調査を実施（本年1月～2月）。

- 移住起業者：11社 東京圏外へ移住・起業し、地域と積極的に関わりながら事業を経営している者

【コロナ前（2020年2月以前）に起業】6社

-非営利活動法人SET（人材育成、交流・生活体験事業）<岩手県陸前高田市>

-株式会社リーピー（IT）<岐阜県岐阜市>

-株式会社VISIT東北（観光振興）<宮城県伊具郡丸森町>

-株式会社プロジェクトタネ（IT）<富山県高岡市>

-Gigi株式会社（IT）<福岡県福岡市>

-きら星株式会社（移住支援、コワーキングスペース運営）<新潟県南魚沼郡湯沢町>

【コロナ後（2020年3月以降）に起業】5社

-南信州クリエイション株式会社（地元農産物の冷凍・販売）<長野県下伊那郡豊丘村>

-株式会社古座MORI（サテライトオフィス運営）<和歌山県東牟婁郡串本町>

-SOMATAKA（伝統工芸品の企画・販売）<高知県香美市>

-非営利活動法人MEGURU（人事・採用支援、キャリア教育）<長野県塩尻市>

-あわい株式会社（地域商社）<徳島県阿南市>

- 自治体：6団体 移住起業支援の積極的な取組を実施している自治体

-宮崎県日南市 宮城県伊具郡丸森町 秋田県 長野県 兵庫県神戸市 宮城県石巻市

- 起業支援事業者：1団体 全国規模の民間支援団体

-非営利活動法人ETIC.（東京都）：起業支援プログラム、先輩起業家とのつながり支援等を実施

- 地方銀行：2行 起業が増加している地域の地方銀行

-秋田銀行：起業・創業プラットフォームの運営やビジネスコンテストを通じ、地域の起業を支援

-八十二銀行（長野県）：県と連携し、様々な移住・起業支援を実施

10. 移住起業者のかかる課題と支援ニーズ

- 移住起業者は、資金調達や移住時の物件探しの柔軟な公的サポート、経営ノウハウ習得支援や移住起業経験者による伴走支援、移住先の地元企業や地域金融機関との人脈づくりの支援などを必要としている。
- 移住・起業時から事業が軌道にのるまでの間、自治体や民間支援団体が継続的な支援を行うことが重要。

移住起業者がかかる課題と支援ニーズ（主なヒアリング結果）

| | |
|-----------|--|
| 柔軟な公的支援制度 | <ul style="list-style-type: none">起業支援金について、書類の簡素化や制度的に使いやすいものへの見直しを検討してほしい。補助金が利用できず、全部融資になってしまったので、資金調達面で苦労した。起業支援金を受給したが、利用できる範囲がとても分かりづらかった。起業支援金の制度自体はとても良いものなので、もう少し使い勝手が良いものであることが望ましい。起業初期は出費がかさむため、初期費用に充てられる資金支援制度があると利用しやすい。加えて、数年経ち、追加的な資金が必要になるフェーズが多いため、事業が軌道に乗ったタイミングでの支援金を定期的に申請しやすい制度があることが望ましい。仲間のなかには、住む家が見つからず、その地域で起業したかったが他の地域に行ってしまった例もあり、非常にもったいない。移住先での住まいについての情報提供がニーズとして存在する。空き家を改装して住みたい、空き家を事業所にしたいなど、移住希望者の要望は多い。物件を探求するのに時間を要するケースが多くあるため、物件探しのサポートがまず必要。 |
| 起業者育成支援 | <ul style="list-style-type: none">経営ノウハウを起業当初のタイミングで習得できることで、スムーズな経営につなげられるのではないか。また、これらのノウハウは起業の苦しみや失敗体験、成功体験、難しさ等をわかっている起業経験者から承継することが望ましい。特に若い層の起業関心者は、まずは小さくても良いから形にしてみようということは得意な者が多いが、いかにスケール化させるか、法人化するかということに対してはハードルが高い。このような者に向けて、メンターによる伴走支援は効果的と思われる。経営、営業、マーケティング、財務関係を始め、事業計画を全て一人で検討・準備しなければならない場合非常に苦労するため、起業準備からの支援は有用である。 |
| 地域形成支援 | <ul style="list-style-type: none">移住先に定着するためには、信頼できる金融機関や自治体職員、取引先、営業先等をどれだけを地域の中で増やせるか、地域での人脈形成が大切。しかし、移住起業者がこうした人脈形成をゼロベースから始めなければならないことは非常に大変。いかに地域に上手く溶け込めるかを意識することが重要である。移住起業者にはコミュニケーション能力や、文化の違いを受け入れることのできる理解力が求められる。自治体側も、移住者の移住後の様子をケアできる体制を構築することが大切。地方銀行等の金融機関は、資金面の支援以外でも、金融機関の持っている人的ネットワークをいち早く地域の起業者に提供する等の支援をすることが、移住起業者が仕事をしやすくなる環境づくりに有用。地域の民間企業や金融機関とのネットワークを形成することで、お互いの情報交換を促進する体制の構築は、起業者や地域全体のポテンシャルの伸びも期待できるという観点から重要である。 |

11. 移住起業者の地域活性化への波及効果

- 移住起業者は、テレワークやネット販売を始めとするオンラインツールの活用など、デジタル化を積極的に進めており、地域との関係を深めることを通じてデジタル化を浸透させていくことが期待される。
- 移住起業者の有する都市部との接点などを活用した交流事業や、若年層向けの地域課題への関心を喚起するキャリア教育・体験事業は、関係人口を創出し、長期的に地域に人を呼び込む効果が見込まれる。

移住起業者としての取り組み（主なヒアリング結果）

| | |
|-----------|---|
| デジタル化への対応 | <ul style="list-style-type: none"> フレキシブルな働き方を受け入れることで、結果を出すために必要なシフトや体制を構築する中でフルテレワークを容認している。地方企業における柔軟な働き方を容認する取組は、東京圏企業と比較して遅れていると感じる。逆にオンラインが進んだ中であっても、リアルならではの良さや、リアルが必要だという局面はあるため、ハイブリッド形式でバランスのとれたコミュニケーションを取ることが必要。 コロナ禍において全国的にオンラインが一般化したことで、地域の枠を超えたつながりを構築できた。 コロナ禍で販売を開始したこともあり、基本的にはオンラインショップで販路を開拓しており、デジタル化も積極的に取り入れている。 移動費も時間もコストとなるため、デジタルツールを活用した商談会や営業活動を都市部の方や、外部の方とできるのであれば、積極的に取り入れていきたい。 当社の移住支援事業では極力非対面で相談ができるよう心がけてきた。自治体の相談窓口の受付時間帯は平日の昼間であり、移住したい者には不便。今後はチャットボットのようなITツールを活用し好きな時間帯に相談ができるよう、工夫していく。 Web事業を通じて、地域のDX推進を支援してきた。今後、地域企業のニーズに応えながら、DXを推進できる人材を提供するスキームを検討している。 デジタル化が追い付いていない地域企業が多いため、Webマーケティングセミナーなどを開催している。 |
| 関係人口づくり | <ul style="list-style-type: none"> 関係人口になり得る者へのきっかけづくりを提供。まずはお試しで3か月間リモート副業で地域課題解決に関わることができ、人数規模はプロジェクトごと1~2人で構成している。プロジェクトが増えなければ「関わりしろ」の増加が見込める。 様々なプロジェクトを仕掛けながら人流を作るというのが大きな方向性としてある。観光を軸とした取組を展開させていきたいが、長い期間に渡り何度も関わることができるよう、関係人口を増やすためのサービス提供を検討したい。 大学との事業で学生のキャリアプランについてのセミナー兼交流会を実施。また、東京にいながら一部地域での仕事を手伝う「お試し転職」のような働き方も推進している。 全国の大学や専門学校に求人票を出し、新卒社員を全国から採用している。 交流人口・関係人口を増やすための活動拠点は拡大を見込んでいる。感染拡大で中止する直前は、年間で約4,000人の中高生を主に民泊を利用した修学旅行で受け入れた。また、地元の中高生向けの地域の未来や自分の将来について県外の大学生と共に考えるキャリア教育プログラムや、大学生向けの地域おこし体験プログラムを実施。 |

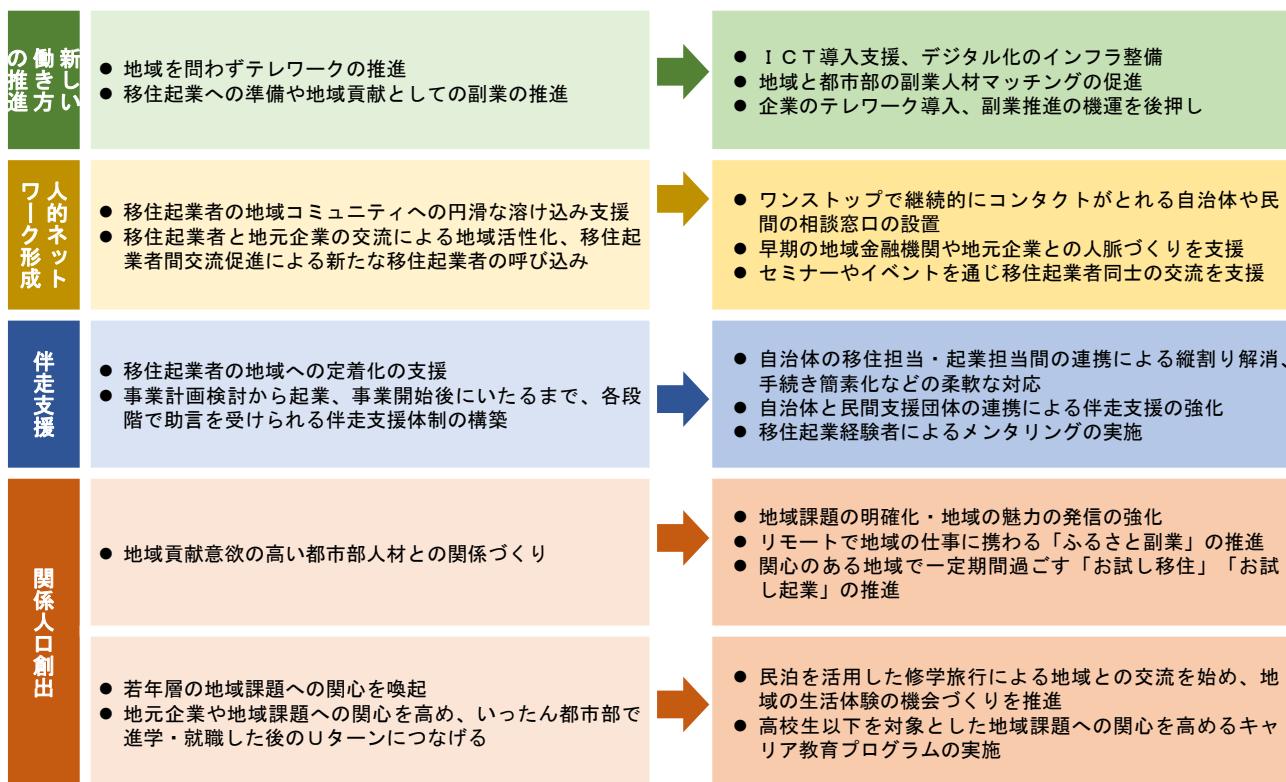
12. 移住起業促進のための施策の地域別モデル

- 人口規模や地理的条件を始め、地域のおかれた状況に応じて、望ましい支援策には複数のモデルがある。
- 各モデルの共通点として、移住起業者のニーズに適切に応えていくためには、自治体が民間団体と連携しつつ主導的な役割を果たして、地域の中で移住起業者を全面的に支援する体制を整えることが重要。

| 地方都市モデル | | | |
|------------------------|---|---|--|
| 該当地域 | 大都市圏から遠隔の中小規模都市 | | |
| 自治体（事例） | 日南市役所 | 丸森町役場（宮城県伊具郡） | 秋田県庁 |
| 地域の特徴 施策の重点や 方向性 | <p><専門人材登用モデル></p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光収入が低迷、地域課題解決に早期から取り組む ・働く場の創出、商店街再生等の地域課題を設定 ・地域活性化担当の市役所専門官等を公募採用し、シャッター商店街の再生・IT企業誘致に成功 ・移住関心者のニーズに沿った情報発信 ・お試し移住向けに無料で短期滞在できる住宅設置 ・市外出身者を地元企業の右腕人材として育成 | <p><官民連携モデル></p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域おこし協力隊受入れ人数が全国トップクラス ・町の資源・環境を活用する移住起業者誘致に重点 ・地域おこし協力隊を活用した起業支援の官民連携「まるまるまるもりプロジェクト」を実施 ・民間と連携し、移住相談窓口と起業サポートセンターをワンストップで運営 ・町役場主導で人的ネットワーク形成を手厚く支援 | <p><県・市町村連携モデル></p> <ul style="list-style-type: none"> ・高齢化率全国ワースト、開業率伸び1位（2020年） ・人口減・高齢化に対しチャレンジする人材を誘致 ・市町村、商工会議所等との移住促進協議会を運営 ・移住・起業支援を一体化した「ドチャベン（土着ベンチャー）」事業により伴走支援等を実施 ・移住支援の総合ポータルサイトによるPR ・県内の協力隊・起業者間ネットワーク形成支援 |
| 移住起業 促進モデル | 東京圏近郊モデル | 大都市モデル | 復興地域モデル |
| 該当地域 | 東京への交通の便が良い地域 | 大都市圏の主要都市 | 大災害の被災地 |
| 地域の特徴 施策の重点や 方向性 | <ul style="list-style-type: none"> ・テレワーク普及を背景に、東京圏からの転職なき移住や二地域居住が多い | <ul style="list-style-type: none"> ・大都市の基盤を活かした幅広い施策を展開 | <ul style="list-style-type: none"> ・復興支援をきっかけとする移住者が自ら起業したり、新たに移住起業者を呼び込んでいる |
| 自治体（事例） | 長野県庁 | 神戸市役所 | 石巻市役所 |
| 具体的施策の ポイント | <ul style="list-style-type: none"> ・長野市・松本市を起業者を呼び込む拠点とし、広く県内への事業活動の展開を支援 | <ul style="list-style-type: none"> ・起業を目指す者と自治体、起業を支援する企業がオンラインで交流できる仕組みを構築 | <ul style="list-style-type: none"> ・自治体は全国各地の自治体と知見を共有。人員が不足するなかで、民間団体と支援事業を分担 |

13. 今後の政策面の課題

- コロナ禍の地方への関心の高まりを地域の持続的発展につなげていくには、地方も含めテレワークや副業など新しい働き方を推進し、移住起業やリモート副業を実施しやすい環境を整備することが重要。
- 移住起業への効果的な支援には、自治体と民間が連携してワンストップの支援体制を構築し、地域との関係づくり、人的ネットワーク形成支援、伴走支援など、段階的・継続的なサポートを行うことが重要。



14. 主な分析の結果と今後の政策課題

- コロナ禍で地方移住への関心が高まり、また、各地で起業・創業促進の取組が広がる中で、今回は移住・起業について取り上げて分析を行った。その結果、以下の点が明らかになった。
 - ① 近年、移住起業者は、地方起業者と比較しても増加がうかがわれる。
 - ② 移住起業者は、地方起業者と比較して、以下のような相違がある。
 - テレワーク実施率が高く、デジタル環境を活かした事業を行っている
 - 起業準備中の副業実施率が高く、副業から起業へ発展することが多い
 - 社会課題解決・地域貢献への意欲が高い
 - コワーキングスペースやシェアオフィスなど、新しい働き方に対応した現代的な事業空間を積極的に取り入れている
 - 起業当初から複数の従業員がいることが多く、雇用創出効果が大きい
- こういった観点から、地域の経済ダイナミズムにインパクトを与えるアクターとしての移住起業者の姿が浮かび上がってきた。
- こうしたアクターは、以下のような地域経済への波及効果をもたらしていることも明らかになった。
 - 地域にデジタル化を浸透させる
 - 都市部の副業人材の呼び込みや、若年層のU I Jターン誘発により関係人口を創出する



- 今後の政策課題として、地域の新しい担い手として期待される移住起業者を支援し、地域の課題解決やコミュニティの持続的発展につなげていくため、以下の取組が重要である。
 - **デジタル環境の整備、副業の後押しなど新しい働き方の推進**
 - **自治体による地域課題の明確化、地域の魅力の情報発信**
 - **自治体と地域の民間団体の連携による移住起業者への伴走支援**

目次

政策課題分析シリーズ 21

地域の新たな担い手としての移住起業者に関する分析

－実態と課題、地域活性化への影響について－

| | |
|------------------------------------|----|
| I. はじめに | 1 |
| 1. 分析の目的 | 1 |
| 2. 分析の切り口 | 3 |
| (1) 地方移住と働き方の動向 | 3 |
| (2) 起業の動向 | 5 |
| (3) 移住・起業支援制度の例 | 8 |
| 3. 既存研究 | 11 |
| (1) 地方創生および起業に関する議論の整理 | 11 |
| (2) 本稿における議論の方向性 | 16 |
| II. 調査・分析 | 17 |
| 1. 分析に用いたデータ | 17 |
| (1) 地域の起業の実施状況等に関する調査 | 17 |
| (2) 回答の整理 | 20 |
| 2. 個人アンケート調査の結果及び分析 | 23 |
| (1) 地域の担い手としての移住起業者の特徴と起業の実態 | 23 |
| (2) 起業に関心がある者の特徴 | 36 |
| (3) IT活用状況と移住起業 | 42 |
| 3. 個別ヒアリングの調査結果と施策の方向性の検討 | 46 |
| (1) 移住起業のかかえる課題と支援ニーズ | 46 |
| (2) 移住起業者の地域活性化への波及効果 | 52 |
| (3) 自治体へのヒアリングを通じた地域別モデルの分析 | 56 |
| (4) 民間の起業支援事業者の移住起業支援の在り方 | 65 |
| III. 終わりに | 69 |
| 1. 主な分析結果のまとめと今後の政策課題 | 69 |
| 2. 今後の検討課題 | 72 |
| 参考文献 | 73 |
| (補論) 起業と移住の実態 | 77 |
| (1) 経営状況 | 77 |
| (2) 移住の実施や関心の状況 | 85 |
| (参考資料) 個別ヒアリング 事例集 | |
| 付表 | |

I. はじめに¹

1. 分析の目的

地域経済の底上げや地域コミュニティの持続的発展のため、活力ある中堅・中小企業の創出や、社会起業、中小企業等の事業承継・再生の円滑化が不可欠となっている。一方、コロナ禍でテレワークやリモート会議の普及が進んだことで、オンライン商談やネット販売による商圏の拡大が可能になるなど、地方でも起業等を行いやすくなっている。また、自宅やシェアオフィスを事務所とした小規模な起業や、収入よりもやりがいを志向する起業が増加するといった裾野の広がりもみられる。

こうした中、骨太方針 2021²では、新型コロナウイルス感染拡大を契機とした地方への関心の高まり、テレワーク拡大、デジタル化といった変化を後押しして地方への大きな人の流れを生み出し、新たな地方創生を展開し、東京一極集中を是正するとした上で、地域の起業家に対する支援や、中小企業等の事業承継・再生円滑化のための環境を整備すること等により、地域コミュニティの持続的発展を促進するとしている。

また、岸田内閣が掲げる「成長と分配の好循環」と「コロナ後の新しい社会の開拓」をコンセプトとした「新しい資本主義」の実現³にあたっては、デジタルを活用した地方の活性化を成長戦略の第一の柱として、デジタル田園都市国家構想を強力に推進し、地域の課題解決とともに、地方から全国へと、ボトムアップでの成長を実現していくために、インフラ整備、規制・制度見直し、デジタルサービスの実装を、一体的に動かしていく⁴こととしている。

このような状況を踏まえ、本稿では、「地域の新たな担い手」としての移住起業者の実態や課題、地域活性化への影響を調査・分析することで、地域コミュニティの持続的発展を推進するための政策課題を検討したい。

人口減少社会における地域コミュニティの持続的な発展のためには、従来からコミュニティを担う地方在住者に加えて、起業に挑戦する意欲のある地方移住者が地域の新たな担い手となって、地域資源を活用し、地域の様々な主体との連携の下でイノベーションの創出

¹ 本稿の分析に当たり、宇佐川邦子氏（株式会社リクルート）、加藤遼氏（株式会社パソナ JOB HUB）、菅野永氏（株式会社 MAKOTO WILL）、山岡健人氏（株式会社アドリブワークス）には調査、分析に係る貴重な御意見をいただいた。記して感謝申し上げたい。本稿は内閣府の公式見解を示すものではなく、文中に残された誤りは内閣府政策統括官（経済財政分析担当）付参事官（企画担当）の責に帰するものである。なお、本稿の執筆は石井達也（内閣府政策統括官（経済財政分析担当）付参事官（企画担当））、上沢瞳（内閣府政策統括官（経済財政分析担当）付参事官（企画担当）付政策調査員）が担当した。

² 「経済財政運営と改革の基本方針 2021」令和 3 年 6 月 18 日閣議決定

³ 新しい資本主義実現会議（内閣官房 H P）

https://www.cas.go.jp/seisaku/atarashii_sihonsyugi/index.html

⁴ 岸田内閣 施政方針演説（令和 4 年 1 月 17 日）

https://www.kantei.go.jp/jp/101_kishida/statement/2022/0117shiseihoshin.html

や地域コミュニティの活性化など地域経済に貢献していくことが期待される。

本分析ではまず、地域での起業を担っているのはどのような者なのか、又はそういった地域での起業に意欲や関心があるのはどのような者なのか等を明らかにするため、移住起業者又は移住起業関心者に着目して、起業等への意識や実態を把握するためのアンケート調査を実施する。

また併せて潜在的な新たな担い手が起業へ踏み出すための課題についてもヒアリング調査等を実施することで具体的に把握し、政策課題を洗い出す。特に、地方における起業にあたっては、「資金調達」や「人的ネットワーク形成」が障壁になっている点が指摘されていることを踏まえ、起業時の資金調達方法や地域コミュニティとのネットワーク形成の状況、各種支援制度へのニーズを移住者や起業者目線で具体的に把握するほか、デジタル化への対応状況や関係人口創出など、地域経済への波及効果の事例の把握を行う。

有識者の助言を得つつ、個人アンケート調査や個別ヒアリング調査を実施による多角的な調査分析と課題の洗い出しをすることで、今後の政策の検討につなげたい。

2. 分析の切り口

(1) 地方移住と働き方の動向

まず、近年の地方移住の動向について、コロナ禍において普及が進んだテレワークや副業などの新しい働き方との関係の観点から把握したい。

本稿の前回調査にあたる、新しい働き方と地方移住に関する分析⁵では、東京圏・東京圏外で割付をした個人及び企業を対象に、新しい働き方や地方移住の実施状況等の把握のためのアンケートを実施し、地方移住の促進に向けた課題について検討した。

同アンケート調査結果によると、地方移住に関心があり、具体的検討をしている者（以下、移住検討者という）、関心はあるが具体的検討はしていない者（以下、移住関心者という）のうち、半数近くの者が2020年4月の緊急事態宣言発出以降に関心を持った、または検討を開始したと回答しており、感染拡大を契機に移住への関心が高まったことが確認できる（図表1－2－1）。このほか、移住実施者についても半数程度が感染拡大後に移住を実施したと回答しており、感染拡大を契機に移住を実施した者も一定数存在することがわかる。また、移住実施者においてテレワークの実施割合が高いという調査結果となっている。調査結果に基づく上記の分析では、東京圏在住者においてもテレワーク実施頻度が高まるほど、移住への関心が高まることを回帰分析により確認し、テレワーク等の新しい働き方が普及・定着していく中で、移住への関心が高まる傾向が持続する可能性が高いことが明らかになった。

コロナ禍で生じた地方移住への関心の高まりを実際の移住行動につなげていくためには、地域独自の魅力の発信や関係人口づくりなど、地方から東京圏への直接的な働きかけのほか、テレワークなどの新しい働き方を促進し、地方移住が可能となる環境整備を進めることが必要である。特に、新しい働き方の実現には、企業のDXを後押しし、テレワーク可能な業務の洗い出しとテレワークのさらなる普及を促進することや、東京圏外企業と都市部人材のマッチング強化による地域の担い手確保や地方の副業推進などが重要である。

⁵ 内閣府政策統括官（経済財政分析担当）（2021a）

(図表1－2－1 移住実施者の特徴)

| | A | 東京圏在住者 | | | 地方移住実施者 | | | 差 E-A |
|-----------------|--------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|----------|
| | | 検討層 | 関心層 | 無関心層 | E | F | G | |
| 基本属性 | | | | | | | | |
| 人数 | 9539 | 671 | 2389 | 6479 | 478 | 263 | 215 | |
| 男性の割合 | 58.6% | 63.0% | 61.6% | 57.0% | 65.1% | 68.1% | 61.4% | +6.5%pt |
| 平均年齢 | 45.4歳 | 39.9歳 | 44.8歳 | 46.2歳 | 37.2歳 | 37.6歳 | 36.6歳 | -8.2歳 |
| 既婚者の割合 | 41.1% | 42.3% | 41.8% | 40.7% | 46.0% | 46.8% | 45.1% | +5.0%pt |
| 子どもがいる割合 | 43.2% | 45.5% | 41.6% | 43.5% | 49.8% | 51.0% | 48.4% | +6.6%pt |
| 東京圏出身者の割合 | 69.6% | 67.7% | 63.6% | 72.0% | 12.6% | 14.4% | 10.2% | -57.0%pt |
| 大卒以上の割合 | 66.5% | 76.8% | 71.6% | 63.6% | 61.1% | 63.5% | 58.1% | -5.4%pt |
| 一人暮らしの割合 | 28.9% | 32.6% | 30.8% | 27.8% | 33.1% | 38.8% | 26.0% | +4.2%pt |
| 持家率 | 59.2% | 54.4% | 54.0% | 61.7% | 54.8% | 58.2% | 50.7% | -4.4%pt |
| 労働環境 | | | | | | | | |
| 職種 | 事務職 | 66.6% | 77.9% | 68.6% | 64.7% | 76.2% | 74.9% | 77.7% |
| | 現業職 | 11.7% | 8.3% | 11.2% | 12.2% | 10.5% | 11.0% | 9.8% |
| | 公務員 | 8.1% | 4.0% | 7.8% | 8.7% | 6.1% | 6.5% | 5.6% |
| | 自営業等 | 13.6% | 9.7% | 12.5% | 14.5% | 7.3% | 7.6% | 7.0% |
| 業種 | 第1次産業 | 0.5% | 2.7% | 0.3% | 0.3% | 5.4% | 5.7% | 5.1% |
| | 第2次産業 | 21.7% | 24.9% | 21.6% | 21.5% | 37.2% | 36.9% | 37.7% |
| | 第3次産業 | 77.8% | 72.4% | 78.1% | 78.2% | 57.3% | 57.4% | 57.2% |
| | 平均世帯年収 | 688.6万円 | 723.5万円 | 702.7万円 | 679.7万円 | 588.7万円 | 571.3万円 | 610.0万円 |
| 平均週当たり稼働日 | 4.9日 | 4.7日 | 4.9日 | 4.9日 | 4.5日 | 4.5日 | 4.5日 | -0.4日 |
| 平均労働時間 | 8.2時間 | 8.5時間 | 8.3時間 | 8.1時間 | 8.4時間 | 8.3時間 | 8.4時間 | 0.2時間 |
| 新しい働き方 | | | | | | | | |
| テレワーク実施率 | 48.5% | 69.9% | 57.6% | 42.9% | 68.0% | 65.0% | 71.6% | +19.5%pt |
| 副業実施率 | 8.1% | 30.8% | 9.5% | 5.2% | 36.8% | 36.5% | 37.2% | +28.7%pt |
| ワーケーション実施率 | 2.5% | 20.4% | 2.6% | 0.7% | 18.4% | 18.6% | 18.1% | +15.9%pt |
| 地方移住への希望 | | | | | | | | |
| 感染拡大後に関心 | 46.5% | 50.8% | 45.3% | | | | | |

(備考) 内閣府政策統括官(経済財政分析担当)(2021a)により作成。

持家率は、「戸建て(持家)」及び「分譲マンション」を選択した者の割合。

平均世帯年収は、100万円単位で示された選択肢の中央値を代表値として扱い平均した。先行研究に倣い、100万円未満は50万円、1,000万円以上は1,300万円を代表値とした。

事務職は「民間企業の正社員(管理)」、「民間企業の正社員(専門・技術職)」、「民間企業の正社員(事務)」、「民間企業の正社員(販売・営業)」、現業職は「民間企業の正社員(サービス)」、「民間企業の正社員(生産工程従事)」、「民間企業の正社員(輸送・機械運転)」、「民間企業の正社員(建設・採掘)」、「民間企業の正社員(運搬・清掃・包装等)」、「民間企業の正社員」、公務員は「公務・団体の正規職員」、自営業等は「会社・法人経営」、「自営業・個人事業主」。

第1次産業は「農林水産業」、第2次産業は「鉱業・採石業・砂利採取業」、「建設業」、「製造業」、第3次産業はその他の産業。

副業実施率は、「本業とは別の企業・法人等に雇用されている」、「本業とは別に個人で事業を実施している」を選択した者の割合。

平均労働時間は、1時間単位で示された選択肢の中央値を代表値として扱い平均した。7時間未満は5時間、12時間以上は13時間を代表値とした。

5年間の満足度の変化は10段階で回答を得た5年前の満足度と現在の満足度について差分をとった平均。

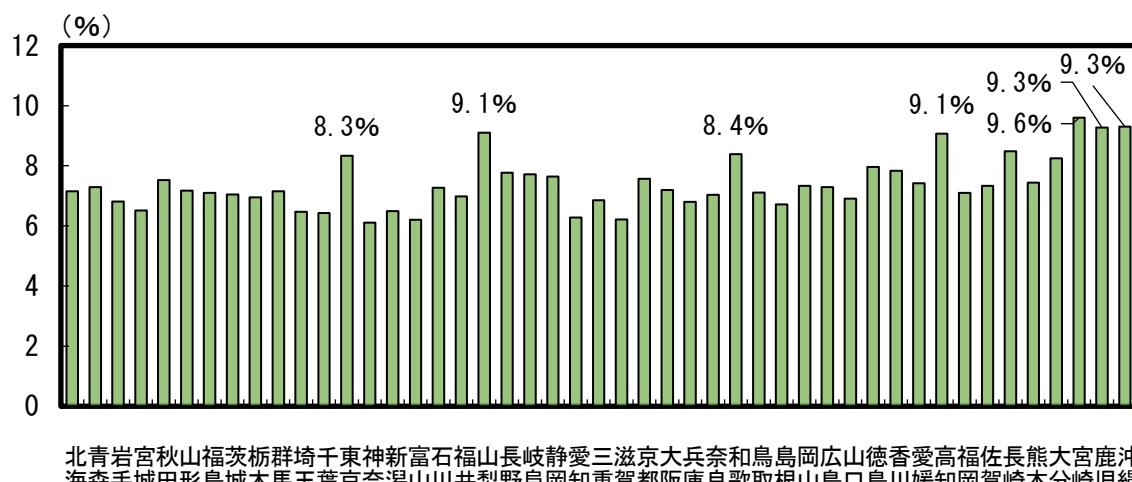
(2) 起業の動向

ここでは、我が国における近年の起業の動向について、コロナ前とコロナ禍における状況を踏まえた変化に着目しながら確認したい。

(都道府県別の起業者割合)

都道府県別の起業の実態について、2017年に実施された「就業構造基本調査」より、有業者総数に占める起業者の割合をみると、全国の有業者のうち7%程度が起業者である（図表1-2-2）。都道府県別にみると、起業者割合が最も高いのは宮崎県（9.6%）、次いで沖縄県（9.3%）、鹿児島県（9.3%）と続く。また、東京都の起業者割合も高水準（8.3%）である。他の道府県では概ね6～7%台となっている。

(図表 1-2-2 都道府県別の起業者割合 (2017 年))



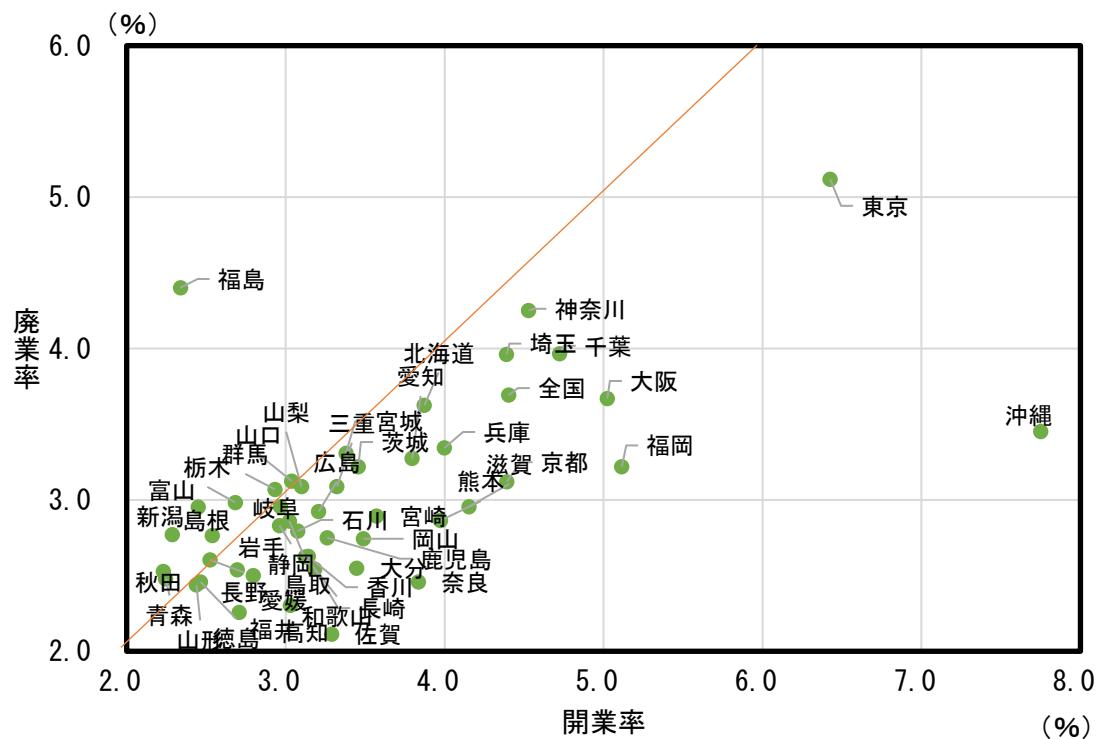
道都川

起業者割合は、「ふだん仕事をしている人」のうち「自営業主で自分で事業を起こした」と「会社や団体の役員として自分で事業を起こした」回答者の割合。

(都道府県別の開業率と廃業率(2010年))

感染拡大直前にあたる、2019年の開業率と廃業率の状況について都道府県別にみると（図表1-2-3）、大都市をかかえる地域及び沖縄県では開業率が高く、廃業率を上回っている傾向にある。一方、図表に示す45度線より上部に位置する地域は、開業率が廃業率を下回る厳しい状況におかれている。

(図表 1－2－3 都道府県別開業率及び廃業率 (2019 年))



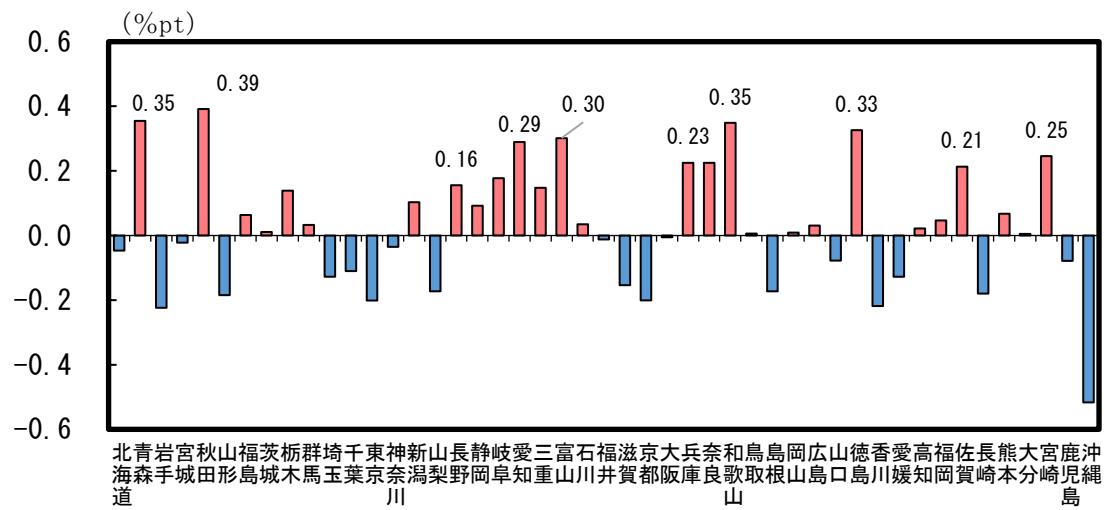
(備考) 内閣府政策統括官（経済財政分析担当）(2021b) により作成。

(都道府県別の開業率の変化 (2019 年と 2020 年の差))

続いて、最近の開業率の変化について、2019 年と 2020 年の差を都道府県別にみると (図表 1－2－4)、東京圏や沖縄県では減少している一方、秋田県 (0.39%)、青森県 (0.35%)、和歌山県 (0.35%) などの地方における開業率の上昇が目立つ。感染拡大によるインバウンドや観光産業などへの影響には留意が必要であるが、東京圏から地理的に離れた地方において起業が活発化しており、起業者が地域の新たな担い手となってきている可能性が示唆される。

コロナ禍では地方移住への関心が高まっており、移住先での起業を検討する層も増えていることから、地方の起業の活発化の実態を明らかにし、地方の起業を促進するための方策を明らかにするためには、従来から地域に在住する地元の起業者だけでなく、移住起業者の動向についても分析する必要がある。

(図表 1-2-4 都道府県別開業率の前年差(2020年-2019年))



(備考) 内閣府政策統括官(経済財政分析担当)(2021b)により作成。

(3) 移住・起業支援制度の例

移住・起業に当たっては、これを受け入れる環境やノウハウの提供、資金調達等での支援の整備が重要である。地方創生に向けては様々な制度が設けられているが、以下ではそのうちのいくつかを取り上げて紹介する。

(地方創生に向けた移住・起業支援への取組)

移住・起業に関する国の支援金制度としては、「地方創生移住支援事業・地方創生起業支援事業⁶」が挙げられる。地域の課題解決に資する社会的事業を新たに立ち上げる者を対象に、起業等のための伴走支援と事業費への助成を通して、効果的な起業等を促進し、地域課題の解決により地方創生を実現することを目的とした事業である。事業分野としては、子育て支援や地域産品を活用する飲食店、買い物弱者支援、まちづくり推進など地域の課題に応じた幅広いものが想定される。道府県が選定する執行団体等が、計画の審査や事業立ち上げに向けた伴走支援を行うとともに、「起業支援金」として起業等に必要な経費の2分の1に相当する額（最大200万円）を交付する。また、東京23区内に在住または通勤する者が、東京圏外⁷へ移住し、起業や就業等を行う場合を対象に、道府県・市町村が共同で交付金⁸を支給する事業である「地方創生移住支援事業」⁹と合わせれば最大300万円の支援を受けられる。

また、地方への人の流れを促進するため、自治体への支援も講じている。「地域活性化起業人（起業人材派遣制度）」¹⁰では、三大都市圏に所在する民間企業等の社員が、6か月以上3年以下の期間、地方自治体において、そのノウハウや知見を活かし、地域独自の魅力や価値の向上等につながる幅広い活動に従事することで地方活性化を図る取組を特別交付税措置により支援しており、民間のスペシャリスト人材を活用した地域の課題解決を必要とする地方自治体と、社会貢献マインドや社員の人材育成、キャリアアップを目指す民間企業とが協力し、地方活性化を創出することを目的としている。地域活性化起業人の受入期間前に要する経費、受入期間に要する経費及び地域活性化起業人が発案、提案した事業に要する経費が特別交付税の算定対象となる。受入自治体数及び起業人数は、発足時である2014年度から増加し続け、受け入れ可能団体は2021年4月時点で1,429市町村に及ぶ。地域活性化

⁶ 内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局・内閣府地方創生推進事務局「起業支援金」(https://www.chisou.go.jp/sousei/kigyou_shienkin.html)を参照。

⁷ 東京圏内の条件不利地域を含む。

⁸ 100万円以内（単身の場合は60万円以内）で道府県が設定する額。

⁹ 内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局・内閣府地方創生推進事務局「移住支援金」(https://www.chisou.go.jp/sousei/ijyu_shienkin.html)を参照。

¹⁰ 総務省「地域活性化起業人（令和2年度まで「地域おこし企業人」として推進）」(https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_gyousei/c-gyousei/bunkan_kaikaku/02gyosei08_03100070.html)を参照。

起業人にとっては、企業に所属したまま、地方において自らの人脈やノウハウを生かしながら、地方活性化の取組を展開することで地域の新たな担い手となり得る点が特徴で、新しい働き方としても注目される。

(起業支援への取組)

起業支援にあたっては、官民連携の下、様々な施策がとられている。

日本政策金融公庫では、新たに事業を開始する、又は事業を開始して概ね7年以内で、一定の条件を満たす者を対象に、起業時に必要とする設備資金及び運転資金を最大7,200万円（うち運転資金4,800万円）融資する「新規開業資金」¹¹や、事業を開始して概ね7年以内の女性又は35歳未満か55歳以上の者を対象に最大7,200万円（うち運転資金4,800万円）を融資する「女性、若者／シニア起業家支援資金」¹²、さらに、新たに事業を開始する、又は事業開始後税務申告を2期終えていない者を対象に無担保・無保証人で最大3,000万円（うち運転資金1,500万円）を融資する「新創業融資制度」¹³や、各融資制度に定める利率より0.3%優遇する「創業支援貸付利率特例制度」¹⁴を設けている。融資による支援のほか、起業者向けのメールマガジンやセミナーの実施、各地の創業情報の発信などに重点的に取り組んでいる¹⁵。

起業支援拡充のためには、民間の起業支援事業者への支援も効果的である。産業競争力強化法に基づく「創業支援等事業計画」¹⁶は、市区町村が民間の創業支援等事業者（地域金融機関、NPO法人、商工会議所・商工会等）と連携し、ワンストップ相談窓口の設置、創業セミナーの開催、起業家教育事業等の創業支援及び創業機運の醸成を実施するものであり、国が認定することとしている。法律認定を受けた創業支援等事業者のうち、一般社団法人、一般財団法人及びNPO法人においては、融資の際の信用保証枠の拡大等の支援策を活用することができる。また本制度では、創業者の経営、財務、人材育成、販路開拓等の知識習得を目的として継続的に行う創業支援の取組を「特定創業支援等事業」と位置づけ、本支援を受けた創業者には、登録免許税の軽減措置、日本政策金融公庫の融資制度である新創業融資制度の自己資金要件の撤廃等の支援策が適用される。

また、いざ起業が実現したとしても、起業後に直面する様々な問題に対処する必要が想定

¹¹ 日本政策金融公庫「新規開業資金」

(https://www.jfc.go.jp/n/finance/search/01_sinkikaigyou_m.html) を参照。

¹² 日本政策金融公庫「女性、若者／シニア起業家支援資金」

(https://www.jfc.go.jp/n/finance/search/02_zyoseikigyouka_m.html) を参照。

¹³ 日本政策金融公庫「新創業融資制度」

(https://www.jfc.go.jp/n/finance/search/04_shinsogyo_m.html) を参照。

¹⁴ 日本政策金融公庫「創業支援貸付利率特例制度」

(https://www.jfc.go.jp/n/finance/search/sogyo_tokurei_m.html) を参照。

¹⁵ 日本政策金融公庫「創業支援」(<https://www.jfc.go.jp/n/finance/sougyou/index.html>) を参照。

¹⁶ 中小企業庁「創業支援等事業計画の概要」

(https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/chiiki/2021/211223sogyo_nintei.html) を参照。

され、企業の課題解決に向けた伴走支援も重要である。「都道府県等中小企業支援センター」¹⁷は、中小企業支援法に基づき指定された法人により、47 都道府県と 13 政令指定都市に設けられており、経営上の課題や資金調達等に関する各種相談に応じている。中小企業の経営や技術などの専門分野において、豊富な経験と知識やノウハウを持つ民間人材が配置されており、商工会、商工会議所や政府系金融機関などの他の中小企業支援機関と連携しながら、都道府県が行う中小企業支援事業の実施体制の中心として機能している。

¹⁷中小企業庁「都道府県等中小企業支援センター（平成 31 年 4 月現在）」
(https://www.chusho.meti.go.jp/soudan/todou_sien.html) を参照。

3. 既存研究

(1) 地方創生および起業に関する議論の整理

ここでは、起業者の属性や地域における起業の動向、また、起業に当たっての資金調達の状況など、起業の実態を様々な観点からみた調査・分析を行った研究を紹介する。

(起業者の属性や動向)

起業者の属性について分析したものとして、例えば安田（2004）は、経済産業省中小企業庁「創業環境に関する実態調査」（2001年）の個票を用いて、起業後の企業のパフォーマンスについて、資源制約や起業者属性に加え、起業者が置かれた環境や起業者の意志等により、どのような影響が及ぼされるかを分析している。起業者が起業実施前に持った経験、自身の置かれた環境が起業後のパフォーマンスに対して与える影響は限定的であったが、外部からの資金調達と起業後のパフォーマンスには有意な正の関係、公的金融機関の利用についてみると成長率に対して有意に負の影響があった。また、主成分分析により分類した起業家タイプとパフォーマンスの関係をみると、「非自発的起業家」や「ライフスタイル型起業家」が起業後のパフォーマンスへ有意に負の影響があるのに対し、「周辺環境影響型起業家」は有意に正の影響が確認されたことから、履歴や経験よりも動機が起業の成功を左右する可能性があることを示している。

日本において起業活動が活性化しないことの背景として、安田（2016）は、起業への尊敬が薄く、かつ、起業と距離を置いた起業無関心層が多いことを明らかにするとともに、起業無関心層は起業活動への接近度には性別の差は無く、自営業者などの「自分で仕事を見つけ、雇う人」は、起業活動への接近度が高いこと等を観測している。この分析結果から、起業活動活性化には専業主婦等の社会への接近が効果的であるほか、小規模企業者が経済社会において一定水準存在できる状況が起業活動推進のためには必要であるとしている。経済社会の起業無縁性を軽減し、自活層の経済社会的位置付けが高まると起業活動がしやすくなることから、自活層の重層化のために、「フリーランス」での経験の積み重ねを重視する教育が重要であると訴えている。

地域での起業の実態について、安田（2017）は、起業の決断は個人だけで行われるものではなく、特に日本では周囲の評判等を勘案しつつ行われるのではないかと、社会学の観点から分析している。世界的に見て日本における起業活動が停滞している状況に対して、独自のWeb調査に基づき日本の都道府県別の起業活動の水準を追跡し、その変化が何によって規定されるのかを明らかにし、そこからどういった属性を持った個人の集まる地域経済＝「空間」が起業しやすい傾向にあるのかを考察している。分析にあたっては、起業活動指数（T E A）

を被説明変数、起業関係者率、無関係者率を説明変数とする重回帰分析を用いて、起業関係者率ではなく、起業活動と距離が遠い起業無関係者の割合の方が都道府県の起業活動を規定する要因になっていることを確認している。

さらに、安田（2018）では、TEAと都道府県別起業調査において起業を望ましい選択と考えている割合が高い都道府県が総じて同じであるという分析結果から、TEAの活発さと地域の起業家活動への肯定感には明らかな相関があることを指摘しつつ、起業を「少し違うことをやること」と捉えるのではなく、「違う意見の者を評価する」仕組み作りが重要であり、そのためにはフリーランス活動の促進などをきっかけに、起業に関心がある者よりも起業に否定的な者を少なくすることが重要であることを訴えている。

奥田（2018）は、地域における起業を促進するために克服すべき起業支援の課題を特定し、その対応策を検討している。まず、起業家への独自アンケートの調査結果を用いた事業形態別、起業時の資金調達額別、目指す売上金額別によるクロス分析からは、「個人系」は資金調達額が少額かつ、それらを自己調達する比率が高く、また目指す売上は少額であり、地域の顧客を対象とするケースが多いことを確認している。逆に「組織系」は個人系とは相反して、資金調達額は多額で、資金調達源は多様化するが自己調達額は多くなる傾向、目指す売上は多額であり、全国の顧客を対象とするケースが多いことを定量的に明らかにしている。また、施策の活用についての調査結果からは、起業当初は立ち上げ支援から、起業後はパートナーの紹介や事業計画支援など、起業者のニーズは事業の遂行とともに移りゆくことを示すとともに、施策活用推進の必要性があることを指摘している。さらに、これらの調査結果を用いた起業支援機関との対話を通じ、起業時の自己調達の比率の高さから、資金供給源の多様化のための「資金関連施策の活用促進」が課題となることを示している。さらに、支援関係者との対話の中で、「起業予備軍の特定」は潜在的な課題であるとした上で、地域活性化の観点から、既存起業者をメンターとして束ねる「組織化」、創業セミナーなどの参加者を起業予備軍として束ねる「組織化」を提言し、「地域の起業者の多様性」や「地域の目指す起業家社会」など地域らしさを反映していくことが課題であるとしている。

岡室・小林（2005）は、総務庁「平成11年事業所・企業統計調査」の市町村集計データを用いて、1990年代後半における民営事業所の開業率の決定要因を市町村レベル及び都道府県レベルで計量的に分析している。分析の結果、主な開業促進要因は、高い人口増加率、低賃金、高失業率、低持家比率、大学卒業者と専門的・技術的従事者比率の高さ、事業所の集積度の高さ、製造業依存度の低さ、事業所平均規模の大きさ、交通アクセスの良さ、公共部門の比重の低さであり、上記要因のすべてが地域の開業率に有意に影響していることを明らかにした。地域の開業率の引上げのためには高度な人的資本を形成することが重要で、潜在的開業者とそれを支援する者を惹きつけ、流出を抑制する政策が基本であると指摘している。

日本政策金融公庫総合研究所では、都市部と地方の両方を含む全国の移住創業者を対象としたインターネットによるアンケート「2020年度起業と起業意識に関する調査（特別調

査)」を実施し、移住創業者の実態を把握している（日本政策金融公庫総合研究所（2021a、2021b））。調査の結果、移住創業者のうち都市部（三大都市圏・政令指定都市）から地方への移住創業者は5%程度とわずかであった。また、都市部への移住創業者は収入の満足度が高く、地方への移住創業者はワーク・ライフ・バランスの満足度が高い傾向があり、業種別にみると地方では小売業、製造業などがやや多い傾向となった。さらに、現在の地域になじめているかどうかで満足度への影響が左右されることを明らかにしており、移住創業者自らが移住先のコミュニティへの関わりに積極性を持つことが、移住創業の満足度を高める上では重要であるとの示唆を得ている。

また、日本政策金融公庫総合研究所では毎年、日本政策金融公庫が融資した企業のうち、融資時点で開業後1年以内の企業を対象に「新規開業実態調査」を実施し、起業者の属性や起業の動機などについて尋ねることで起業者の動向を捉えている。2020年度調査では、調査を開始した1991年以降女性起業者の割合は増加傾向にあり、起業時の年齢は従来30歳代が高い割合を占めていたが、近年40歳代、50歳代の割合が増加傾向にあることを明らかにしている。起業動機をみると、「自由に仕事がしたかった」「収入を増やしたかった」と続く。起業した事業内容の決定理由でも「これまでの仕事の経験や技能を生かせるから」の回答が最も多いことから、これまでの仕事の経験を生かして起業するケースが根付いているものの、「趣味や特技を生かしたかった」や「時間や気持ちにゆとりが欲しかった」の割合が近年微増傾向にあることから、起業動機が多様化してきているとの示唆を得ている。起業した業種は「サービス業」が全体の4分の1を占めている。また、起業時の平均従業者数は減少傾向、起業者本人のみで開業した割合は長期的にみて増加傾向、さらに起業時にかかった費用は減少傾向にあることから、小さく事業を始める起業者が増えてきているとの示唆も得ている。また、2020年度調査では新型コロナウイルス感染症の影響について尋ねており、影響を「受けた」と回答した起業者は8割にのぼった。その内容をみると、「売上が予定より減った」「利益が予定より減った」「営業を一部自粛した」との回答が多くなった。一方で起業に対する満足度は過年度と比較して減少しておらず、コロナ禍においても起業者の事業に対する前向きな姿勢は損なわれていないことを確認している。

（起業と資金調達）

内田・郭・山田（2018）は2012年から2017年に事業を開始した起業経験者を対象としたインターネット・モニター調査から、起業した事業、起業時の資金調達、起業後の資金繰り、起業後の事業の状況、起業者の個人属性、起業時の事業の想定と起業準備について問うた結果を明らかにしている。主な調査結果として、起業にかかった費用の総額は49万円以下の企業が35%強を占めており、ごく少額での資金での起業が最も多いことが分かった。また、回答者の約74%が「自己資金」だけで起業費用を賄ったと回答しており、自己資金以外の

資金調達手段として最も選ばれた方法は「家族や友人からの出資金・借入金」であり、起業に当たっては自己資金が非常に重要であることを明らかにしている。また、起業後の運転資金の資金調達手段でも「家族や友人からの出資金・借入金」の回答が多く、起業後も内部資金が重要視されているものの、信用保証の有無を問わなければ民間金融機関からの借入を行う企業が最も多く、政府系金融機関からの借入も含めて、公的なサポートが起業後の資金繰りに重要な役割を果たしていることを示している。

資金調達額及び調達先と起業後の経営成果との関係について、増田（2017）は、日本政策金融公庫総合研究所「新規開業実態調査」（2004年）の個票データを用いた検証を行っている。資金調達額については、役員経験者はそうでない者よりも有利であり、従業員を持つ起業家は資金調達額の増加傾向がみられた。資金調達先については、役員経験者かつ従業員を持つ起業家は友人・知人・賛同者、管理職経験者は自己資金を調達先とする傾向があり、人的ネットワークや貯えを有効利用していることがうかがえる一方、一般勤務経験者は血縁関係に依存する傾向があることを明らかにしている。また、経営成果については、資金調達額が大きく、役員あるいは管理職経験者はそうでない者よりも大きな月商を獲得しており、また起業時の資金調達額が大きく、管理職経験者かつ右腕従業員の存在する起業家は目標を上回る月商を獲得していることを明らかにしている。こうした分析結果から、役員や管理職経験者に加え、従業員を持つ起業家は資金調達額や資金調達先など、起業時の流動性制約を緩和し、起業後の経営成果を高める可能性があることを確認している。

資金調達手段として日本においても普及、拡大しつつあるクラウドファンディングについても、様々な議論がなされている。松尾（2014）は、クラウドファンディングの類型と、日本におけるクラウドファンディングによる資金調達の現状と動向を検討した上で、クラウドファンディングが地域の投資を拡大することが指摘されていることを踏まえ、地域再生におけるクラウドファンディングの役割の可能性について考察している。東日本大震災の被災企業のうちクラウドファンディングによって資金調達を行った2社の事例から、クラウドファンディングによってコミュニティが形成されマーケティングの効果がみられたことや、クラウドファンディングによる資金増強策が結果として既存の金融機関からの資金調達を誘引する効果を生み出し、シナジー効果を発揮するという側面を持つ可能性があることを指摘している。地域の小規模事業者の活性化・再生のためのツールとして、今後クラウドファンディングを拡大するに当たっては、ソーシャルネットワークとアナログの質的な差異を考慮しながら、規制の在り方を設計することが重要であるとしている。

また、クラウドファンディングは、投資を通じた対象事業への参加・応援の手段としての側面を持つことから、「ふるさと投資」としての活用に期待が寄せられている。赤井（2019）は、クラウドファンディングの最大限の活用が、地域再生や都市再生の取組に効果的であるとして、クラウドファンディングの歴史的経緯を整理するとともに、今後の展望と課題について論じている。クラウドファンディングの普及に当たっては、投資契約締結時と投資期間中の情報開示の充実や、アプリ化などの投資家（利用者）目線に立ったインターフェイスの

改善を始めとした、クラウドファンディング市場の透明性の確保が課題であるとしている。さらに、クラウドファンディングの投資持ち分に関する流動性向上への取組の観点から、ブロックチェーン技術の導入を検討すべきであるとしており、官民の連携による規制の取決めや、更なる技術面のイノベーションが必要であるとしている。

熊田・小杉（2020）は、近年の日本において、クラウドファンディングを活用して地域イノベーションの創出を図る事例が増加傾向にあること背景に、「株式投資型クラウドファンディング」のスキームを整理しつつ、現実的な効果や課題、今後の展望について検討している。「株式投資型クラウドファンディング」は、支援の対象が個々のプロジェクトベースではなく、企業自体に及んでおり、他類型のクラウドファンディングと比較して、より効果的に地域イノベーションの創出を実現する可能性が高いとしている。これは、株式投資型クラウドファンディングのスキームに組み込まれている「インキュベーション」機能によるものと言えるが、一方で事業規模の小さい新規企業やスケールの小さい地域の新規事業は支援対象となりにくいことも指摘している。こうした現状を打破するために、仲介事業者を含めた関係者が、主に事業規模の問題を勘案しながら枠組みを構築する長期的な取組が必要であるとした上で、法規制等の観点から、資金調達者や地域金融機関だけでなく、国や都道府県も関与した組織間連携により、課題に向き合う必要があるとしている。

（2）本稿における議論の方向性

前項で紹介してきたように、日本における起業の動向や資金調達の実態については、これまでにも様々な観点から議論が行われてきた。しかしながら、コロナ禍における外部環境の変化は、地方創生や起業へも何らかの影響を及ぼしている可能性があり、これらについて定量的な調査研究により明らかにしていきたい。

本稿ではまず、今回の分析を行うために内閣府が実施したアンケート調査から、地域での起業を担っているのはどのような者なのか、又はそういった地域での起業に意欲や関心があるのはどのような者なのか等を明らかにするため、移住起業者又は移住起業関心者に着目し、起業等への意識や実態を把握する。また、移住起業者の抱える課題を洗い出すことで、地方移住や地域での起業を促進するための効果的な施策を検討する。さらに、分析結果の整理に当たっては、個人アンケート調査のみでは捉えきれない、移住起業の実態を深掘りして分析することを目的に行った、移住起業者や自治体の移住・起業支援担当者、起業支援事業者、地方銀行へのヒアリングの結果も参照することで、多角的な視点から議論を展開する。

II. 調査・分析

1. 分析に用いたデータ

(1) 地域の起業の実施状況等に関する調査

内閣府は、働き方への意識の変化、デジタル化、地方移住への関心の高まり等のコロナ禍における変化が、個人の地方での起業への取組及び関心の程度等にどのような影響を及ぼしているか、状況の変化を踏まえて、地域の新たな担い手の確保や活動の促進には何が障壁となっており、どのような支援策が必要かを把握するため、個人へのインターネットでのアンケート調査を実施した（2021年12月）。さらに、アンケート調査のみでは捉えきれない移住起業の実態や課題、支援ニーズ、地域での支援体制等について把握するため、移住起業者、自治体、起業支援事業者、地方銀行への個別ヒアリングを実施した（2022年1～2月）。

（個人アンケート調査）

個人に対して、基本属性、テレワークや副業をはじめとした働き方の状況・形態、過去10年以内の移住実施の有無、過去5年以内の起業の有無、起業への関心の有無、起業時とその後の経営状況、支援ニーズ等に関するオンライン・モニター調査を実施した。調査の対象は全国20歳～69歳の男女とし、調査範囲は東京圏（東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県）と東京圏外に区分した。起業経験者、起業関心者等を対象に起業等への意識や実態を広く調査することを目的としているが、比較対象として移住者以外にも調査した。なお、移住起業者の属性を定量的に分析するために必要サンプル数を確保するため、東京圏から東京圏外への移住起業者と、従来から東京圏外に居住する起業者については、スクリーニング調査により該当するサンプルを回収した。

集計にあたっては、回答漏れや同一の回答番号が極端に連続しているもの等、不適切な回答が含まれているものについては除外する等のデータ・クリーニングを実施し、最終的なサンプル数は計9,229である（単純集計表は付表を参照）。

(図表2－1－1 個人アンケート調査の概要)

| 項目 | 内容 |
|--------|--|
| 調査対象 | 20歳～69歳の男女（インターネットパネル登録モニター） |
| 調査地域 | <東京圏在住者> 東京圏（東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県） <東京圏外在住者> 上記以外 |
| 調査方法 | ウェブアンケート調査（委託調査） |
| 調査時期 | 2021年12月17日～21日 |
| 回収数 | 9,229 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> (内訳) 東京圏在住者 2,528 東京圏外在住者 6,701 うち東京圏から東京圏外への移住起業者¹⁸ 300 従来東京圏外在住起業者¹⁹ 524 </div> |
| 質問数・項目 | 質問数：合計65問（質問が分岐するため、実質の質問数は増減する） 質問項目： ①基本的事項（回答者属性等）に関する質問 ②移住に関する質問 ③起業に関する質問 |

(個別ヒアリング)

個人アンケート調査のみでは捉えきれない、起業の動機、資金調達の考え方や各種支援制度へのニーズ、地域での人的ネットワーク形成の方法、起業支援の現状と課題を始めとした具体的な実態を把握するため、移住起業者を対象とした個別ヒアリングを実施した。

ヒアリング調査については主に、コロナ禍を背景として経営への意識の変化が生じているのではないかとの問題意識の下、「コロナ禍において後押しされたことはあるか」「どのようなサポートがあれば起業につながると考えるか」等について尋ねた。

加えて、移住起業者へのヒアリングを補完するものとして、支援制度の利用状況や運営における課題を明らかにするため、自治体や起業支援事業者、地方銀行にヒアリング調査を実施した。

自治体の移住・起業支援担当者に対しては、各地域の置かれた状況に応じた施策の重点・方向性や、特に積極的に取り組んでいる施策、独自性のある施策等について尋ねた。民間の移住起業支援事業者に対しては、コロナ禍を背景とした起業への意識の変化について尋ねた。また、地方銀行に対しては、資金調達の観点のみならず、地域に密着する金融機関として、いかに移住・起業を地域経済活性化につなげるかといった観点から意見を尋ねた。なお、

¹⁸ 元起業者を除く。

¹⁹ 元起業者を除く。

ヒアリング実施に当たっては、新型コロナウイルスの感染リスクを踏まえてオンラインで実施した。

(図表2－1－2 個別ヒアリングの概要)

| 項目 | 移住起業者 | 自治体 | 起業支援事業者 | 地方銀行 |
|----------|--|--|--|--|
| 調査対象 | 東京圏から東京圏外に移住した者 コロナ前（2020年2月以前）に起業した者とコロナ後（2020年3月以降）に起業した者 | 移住起業支援実績（支援枠組みが整備されている等）がある自治体 | 全国規模の中間支援団体 | 移住起業先として一定の広がりがある地域に根付いた地方銀行 |
| 調査方法 | オンライン形式 | | | |
| 調査時期 | 2022年1月11日～2月7日 | | | |
| ヒアリング実施先 | 11社 【コロナ前に起業】 -(NPO)SET -(株)リーピー -(株)VISIT東北 -(株)プロジェクトタネ -Gigi(株) -きら星(株) 【コロナ後に起業】 -南信州クリエイション(株) -(株)古座MORI -SOMATAKA -(NPO)MEGURU -あわい(株) | 6団体 -秋田県 -宮城県石巻市 -宮城県伊具郡丸森町 -長野県 -兵庫県神戸市 -宮崎県日南市 | 1団体 -(NPO)ETIC. | 2行 -秋田銀行 -八十二銀行 |
| 主な調査項目 | ①基本情報（企業概要、個人属性等）に関する質問 ②移住起業の課題に関する質問 ③コロナ禍の影響を含む現在の事業経営状況についての質問 | ①地域課題に関する質問 ②コロナ禍の影響に関する質問 ③支援制度に関する質問 ④支援課題に関する質問 | ①支援制度に関する質問 ②自治体との連携に関する質問 ③支援課題に関する質問 | ①支援（融資）制度に関する質問 ②自治体との連携に関する質問 ③支援課題に関する質問 |

(2) 回答の整理

分析を実施するにあたって、前項の個人アンケート調査の回答を以下のとおり整理した。

(個人アンケート調査のサンプル区分)

個人アンケート調査より得られた回答データを多角的な視点から比較できるよう整理するため、個人アンケート調査の結果から、現在の居住地、過去10年以内の移住実施の有無、過去5年以内又は6年以上前の起業経験の有無を集計し、図表2-1-3に示すサンプルに分類した。なお、分析にあたって、組合せを適宜変更しており、それぞれ該当箇所で明示している。

(図表2-1-3 サンプル区分)

| | 過去5年以内起業者 | | 元起業者 | 起業準備者 | | 起業関心者 | | 起業無関心者 | 総計 | |
|-----------|-----------|-------|------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|-------|
| | 主業として | 副業として | | 主業として | 副業として | 主業として | 副業として | | | |
| 地方移住者 | 153人 | 93人 | 54人 | 24人 | 25人 | 20人 | 24人 | 34人 | 155人 | 582人 |
| 従来東京圏外在住者 | 119人 | 56人 | 349人 | 116人 | 24人 | 38人 | 211人 | 364人 | 4842人 | 6119人 |
| 東京圏在住者 | 44人 | 19人 | 62人 | 24人 | 25人 | 28人 | 114人 | 187人 | 2025人 | 2528人 |
| 総計 | 316人 | 168人 | 465人 | 164人 | 74人 | 86人 | 349人 | 585人 | 7022人 | 9229人 |

(備考) ここでいう「地方移住者」とは、東京圏外在住かつ過去10年以内に東京圏から東京圏外への移住を実施した者を指し、従来より東京圏外に居住していた者（従来東京圏外在住者）とは区別して集計している。また、「元起業者」は、6年以上前に起業したが、現在は事業経営していない者、「起業準備者」は、起業していないが、具体的な準備を進めている者を指す。

(個人アンケート調査のデータ加工)

個人アンケート調査より得られた回答データを分析で使用できるよう整理するため、変数を作成した（図表2-1-4）。図表に示したもののはか、分析の用途に応じてダミー変数等を作成している。なお、回帰分析における変数の組み合わせは、分析の内容に応じて適宜変更しており、それぞれ該当箇所で明示している。

(図表2-1-4 変数作成方法)

| 変数 | 作成方法 |
|-------------------|-------------------------------|
| 性別 | 女性=1、男性=0とするダミー変数 |
| 年齢 | 20~69歳。1年ラグ |
| 最終学歴 (基準:中学校卒) | 中学校卒、高校卒、専門学校・高専・短大卒、大学卒、大学院卒 |
| 婚姻関係の有無 | 婚姻関係有=1、無=0とするダミー変数 |

| | |
|---------------------------------|---|
| 子供の有無 | 子供有=1、無=0とするダミー変数 |
| 共働きの有無 | 共働き（未婚の場合は本人が有職）=1、どちらか一方が無職（学生、主婦含む）又はどちらも無職（学生、主婦含む／未婚の場合は本人が無職）=0とするダミー変数 |
| 主な仕事／副業の就労状況・形態（基準：その他の就労状況・形態） | 正社員、非正規社員、会社の経営者・役員、自営業主・フリーランス、学生、無職（育児休暇や介護休暇中等の長期休暇中、主婦・主夫、転職活動中含む）、その他の就労状況・形態 |
| 主な仕事／副業の業種（基準：建設業） | 農林漁業、建設業、製造業・鉱業・採石業・砂利採取業、電気・ガス・熱供給・水道業、情報通信業、運輸・郵便業、卸売・小売業、金融・保険業、不動産・物品貯蔵業、学術研究・専門・技術サービス業、宿泊・飲食サービス業、生活関連サービス・娯楽業・複合サービス、教育・学習支援業、医療・福祉、その他サービス、公務、分類不能 |
| 主な仕事の職種（基準：事務従事者） | 管理的職業従事者、専門的・技術的職業従事者、事務従事者、販売従事者、サービス職業従事者、保安職業従事者、農林漁業従事者、生産工程従事者、輸送・機械運転従事者、建設・採掘従事者、運搬・清掃・包装等従事者、分類不能 |
| 世帯年収（基準：100万円未満） | 100万円未満、100万円～200万円未満、200万円～300万円未満、300万円～400万円未満、400万円～500万円未満、500万円～600万円未満、600万円～700万円未満、700万円～800万円未満、800万円～900万円未満、900万円～1,000万円未満、1,000万円～1,100万円未満、1,100万円～1,200万円未満、1,200万円～1,300万円未満、1,300万円～1,400万円未満、1,400万円～1,500万円未満、1,500万円以上 |
| テレワーク実施有無 | テレワーク実施有=1、無=0とするダミー変数 |
| 副業実施有無 | 副業有=1、無=0とするダミー変数 |

(用語の定義等に関する留意点)

以下においては、本稿において使用する用語の定義等に関する留意点を記載する。

- ✓ 「東京圏」の定義について
「東京圏」とは、東京都、埼玉県、千葉県、及び神奈川県を指す。
- ✓ 「移住」の定義について
「移住」とは、転居を伴う移住・東京圏内と東京圏外の二地域居住のいずれも含み、自らの意思で転居先を選択した場合であり、事情が許す限り当地で生活する意思を持

っている場合を指し、進学・転勤による移住は除く。なお、二地域居住とは、2か所以上の拠点を持ち、両者間移動して生活することを指す。

✓ 「起業」の定義について

「起業」とは、自分で立ち上げた事業を法人・個人として経営していることを指し、他人から承継したものは含まない。

2. 個人アンケート調査の結果及び分析

個人アンケート調査の集計結果から、移住起業者及び起業関心者の特徴を明らかにした上で、移住起業にあたって直面した又は直面している課題を整理し、各フェーズに応じて必要な支援策を検討する。

(1) 地域の担い手としての移住起業者の特徴と起業の実態

(過去5年以内起業者の特徴)

今回実施した個人アンケート調査では、感染拡大による近年の移住起業への影響を確認するため、過去5年以内に起業した者（過去5年以内起業者）と、過去6年以上前に起業し、現在も経営を継続している者（過去6年以上前起業者）とに区別して調査を行った。図表2-2-1²⁰では、過去5年以内起業者を居住地別に集計している。まず、移住起業者と従来東京圏外在住起業者とを比較すると、主業としての起業・副業としての起業を問わず、移住起業者の方が男性の割合が高く、平均年齢が低い。また、現在のテレワーク実施率、現在の副業実施率、5年前の副業実施率が顕著に高い。次に、主業としての移住起業者と、主業としての東京圏外在住起業者を比較すると、主業としての移住起業者の方が大卒の割合が高く、共働きの割合はほぼ同水準であるものの、世帯収入が高い。なお、副業としての起業者の副業実施の有無については、当初は副業として起業したもの、現在では主業として事業を営んでいる者が含まれている可能性が考えられ、解釈には注意が必要である。

次に、過去5年以内に起業した地方移住者と、過去5年以内に起業した東京圏在住者とを比較すると、こちらも主業としての起業、副業としての起業を問わず、移住起業者の方が男性の割合が高く、平均年齢、既婚者の割合が低い。また、共働きの割合はほぼ同水準であるが、世帯収入は低い。新しい働き方についてみると、副業としての起業者には大きな違いがみられないものの、主業としての起業者については、移住起業者の方が現在のテレワーク実施率、現在の副業実施率、5年前の副業実施率が高い。

²⁰ 図表2-2-1は調査結果の全体を俯瞰し、議論の出発点とする趣旨で掲載するものである。調査は前節において紹介した方法で実施したものであり、各統計量は母集団の分布を再現することを念頭に置いて記述するものではないことに注意されたい。

(図表 2－2－1　過去 5 年以内起業者の特徴)

| | 地方移住者 | | 従来東京圏外在住者 | | 東京圏在住者 | |
|--------------|---------|---------|-----------|---------|---------|---------|
| | 主業として | 副業として | 主業として | 副業として | 主業として | 副業として |
| *基本属性 | | | | | | |
| 人数 | 153人 | 93人 | 119人 | 56人 | 44人 | 19人 |
| 男性の割合 | 84.3% | 79.6% | 69.7% | 67.9% | 65.9% | 63.2% |
| 平均年齢 | 37.1歳 | 37.4歳 | 46.1歳 | 42.5歳 | 41.4歳 | 39.6歳 |
| 大卒の割合 | 62.7% | 59.1% | 44.5% | 62.5% | 56.8% | 57.9% |
| 既婚者の割合 | 62.1% | 51.6% | 63.9% | 62.5% | 75.0% | 68.4% |
| 子どもがいる割合 | 55.6% | 49.5% | 59.7% | 57.1% | 59.1% | 63.2% |
| *労働環境 | | | | | | |
| 共働きの割合 | 72.5% | 71.0% | 71.4% | 80.4% | 70.5% | 73.7% |
| 平均世帯年収 | 607.5万円 | 648.9万円 | 518.9万円 | 646.4万円 | 762.5万円 | 713.2万円 |
| 現在のテレワーク実施率 | 84.5% | 88.0% | 43.0% | 50.0% | 56.1% | 84.2% |
| 現在の副業実施率 | 80.4% | 90.2% | 46.7% | 73.1% | 63.4% | 89.5% |
| 5年前の副業実施率 | 77.7% | 85.7% | 40.0% | 52.9% | 58.1% | 88.2% |

(備考) 平均世帯年収は、100 万円単位で示された選択肢の中央値を代表値として扱い平均した。なお、100 万円未満は 50 万円、1,500 万円以上は 1,800 万円を代表値とした。

(起業経験者の特徴)

図表 2－2－2 では、主業、副業を問わず、過去 5 年以内起業者と、過去 6 年以上前起業者を居住地別に集計している。まず、地方移住者について、過去 5 年以内起業者と過去 6 年以上前起業者とを比較すると、ここでも 5 年以内移住起業者のテレワーク実施率及び副業実施率の高さが確認でき、移住起業者における新しい働き方の浸透は、近年みられる動きであることがわかる。また、5 年以内移住起業者の世帯収入は、6 年以上前移住起業者より低いことから、長期的な経営を継続していることの実態として、事業が軌道に乗り、安定的な収入の確保につなげられていることが推察される。続いて、従来東京圏外在住者をみると、過去 5 年以内起業者に占める女性の割合が高まっており、女性の活躍の場としての起業の機会が増えてきていることがわかる。また、世帯収入、テレワーク実施率、副業実施率に関しては、5 年以内起業と 6 年以上前起業とで、地方移住者と同様の高低関係がみられる。さらに、地方移住者と従来東京圏在住者とを比較しても、起業時期に関わらず、地方移住者はテレワークや副業実施率が高い。

(図表 2－2－2 起業経験者の特徴)

| | 地方移住者 | | 従来東京圏外在住者 | | 東京圏在住者 | |
|--------------|---------------|----------------|---------------|----------------|---------------|----------------|
| | 過去5年以内 起業者 | 過去6年以上 前起業者 | 過去5年以内 起業者 | 過去6年以上 前起業者 | 過去5年以内 起業者 | 過去6年以上 前起業者 |
| *基本属性 | | | | | | |
| 人数 | 246人 | 54人 | 175人 | 349人 | 63人 | 62人 |
| 男性の割合 | 82.5% | 81.5% | 69.1% | 77.1% | 65.1% | 77.4% |
| 平均年齢 | 37.2歳 | 49.3歳 | 44.9歳 | 55.6歳 | 40.9歳 | 55.8歳 |
| 大卒の割合 | 61.4% | 57.4% | 50.3% | 49.0% | 57.1% | 58.1% |
| 既婚者の割合 | 58.1% | 53.7% | 63.4% | 63.9% | 73.0% | 61.3% |
| 子どもがいる割合 | 53.3% | 46.3% | 58.9% | 60.5% | 60.3% | 54.8% |
| *労働環境 | | | | | | |
| 共働きの割合 | 72.0% | 75.9% | 74.3% | 77.1% | 71.4% | 74.2% |
| 平均世帯年収 | 623.2万円 | 677.8万円 | 559.7万円 | 593.0万円 | 747.6万円 | 647.6万円 |
| テレワーク実施率 | 85.8% | 45.3% | 45.3% | 25.6% | 65.0% | 44.3% |
| 副業実施率 | 84.2% | 56.6% | 55.3% | 41.2% | 71.7% | 44.3% |

(備考) 平均世帯年収は、100万円単位で示された選択肢の中央値を代表値として扱い平均した。なお、100万円未満は50万円、1,500万円以上は1,800万円を代表値とした。

(過去5年以内移住起業者の特徴)

近年、東京圏から東京圏外へ移住し、地域の担い手として起業する者にはどのような特徴があるのか、また、こうした移住起業者が起業する前の状況にどのような傾向があるのかを明らかにするため、ここでは、5年前の基本属性や労働環境に着目し、過去5年以内に起業した地方移住者と、過去5年以内に起業した従来東京圏外在住者とをプロビット分析により比較し、移住起業の直近の動向について確認する。被説明変数を地方移住起業者（5年以内に起業かつ10年以内に東京圏⇒東京圏外へ移住／二地域居住）＝1、従来東京圏外在住起業者（5年以内に起業かつ東京圏外在住）＝0とし、説明変数を性別、年齢、最終学歴、現在の婚姻関係の有無、現在の子供の有無、現在の共働きの有無、5年前の婚姻関係の有無、5年前の子供の有無、5年前の共働きの有無、5年前の主な仕事の就労状況・形態、5年前の主な仕事の業種、5年前の主な仕事の職種、5年前の世帯年収、5年前の副業の有無、現在の副業の有無、現在のテレワーク実施有無として分析したところ、基本属性として男性に正の相関、年齢に負の相関、大学院卒の者に正の相関がみられた（図表2－2－3）。労働環境についてみると、5年前の主な仕事の業種では、情報通信業、教育、医療・福祉に正の相関がみられたが、5年前の婚姻関係、子供の有無、共働きの有無、就労形態や世帯年収では有意な結果が得られなかった。次に、テレワークの状況をみると、現在だけでなく5年前の実施有無からも正の相関が確認され、地方移住起業者は起業前からテレワークを積極的に取り入れていた傾向が高い。また、5年前の副業の有無には正の相関がみられ、起業前の副業の実施が、移住起業につながる可能性が示唆される。

(図表 2-2-3 過去 5 年以内移住起業者と過去 5 年以内従来東京圏外在住起業者との比較)

| <被説明変数> | | <被説明変数> |
|--------------------------------------|------------------------|---|
| 過去5年以内移住起業者=1 過去5年以内從来東京圏外在住起業者=0 | | 過去5年以内移住起業者=1 過去5年以内從来東京圏外在住起業者=0 |
| <説明変数> | | <説明変数> |
| 性別(1=女性) | -0.541** (0.254) | 5年前の主な仕事の職種(基準:事務職業従事者) |
| 年齢 | -0.0179** (0.00877) | 管理的職業従事者 -0.0461 (0.369) |
| 最終学歴(基準:中学卒) | | 専門的・技術的職業従事者 -0.439 (0.350) |
| 高校卒 | 1.119 (1.205) | 販売従事者 -0.586 (0.398) |
| 専門学校・高専・短大卒 | 1.490 (1.218) | サービス職業従事者 -0.116 (0.388) |
| 大学卒 | 1.747 (1.190) | 保安職業従事者 0.665 (1.221) |
| 大学院卒 | 2.189* (1.240) | 農林漁業従事者 -0.510 (1.019) |
| 5年前の婚姻状況 (有=1、無=0) | 0.231 (0.327) | 生産工程従事者 -0.311 (0.489) |
| 5年前の子供の有無 (有=1、無=0) | -0.520 (0.336) | 輸送・機械運転従事者 - |
| 5年前の共働きの状況 (有=1、無=0) | 0.195 (0.285) | 建設・掘削従事者 0.528 (0.801) |
| 現在の婚姻状況 (有=1、無=0) | -0.200 (0.318) | 運搬・清掃・包装等従事者 -0.429 (0.944) |
| 現在の子供の有無 (有=1、無=0) | 0.479 (0.331) | 分類不能 -1.126** (0.481) |
| 現在の共働きの有無 (有=1、無=0) | -0.348 (0.293) | 5年前の世帯収入(基準:100万円未満) 100万~200万未満 -0.971 (0.838) |
| 5年前の主な仕事の就労状況・形態(基準:その他の就労状況・形態) | | 200万~300万未満 -0.937 (0.825) |
| 正社員 | 0.354 (0.616) | 300万~400万未満 -0.979 (0.795) |
| 非正規社員 | 0.873 (0.674) | 400万~500万未満 -0.578 (0.797) |
| 会社経営者・役員 | -0.562 (0.844) | 500万~600万未満 -0.441 (0.811) |
| 自営業主 (フリーランス含む) | 0.0889 (0.672) | 600万~700万未満 -0.890 (0.818) |
| 5年前の主な仕事の業種(基準:建設業) | | 700万~800万未満 -0.995 (0.864) |
| 農業・林業 | 1.067 (0.744) | 800万~900万未満 -0.0403 (0.900) |
| 製造業 | 0.0358 (0.404) | 900万~1000万未満 -0.658 (0.871) |
| 電気・ガス・熱供給・水道業 | 0.904 (0.650) | 1000万~1100万未満 -0.0672 (0.896) |
| 情報通信業 | 1.211* (0.673) | 1100万~1200万未満 -0.399 (1.001) |
| 運輸業・郵便業 | 0.346 (0.686) | 1200万~1300万未満 -0.493 (0.924) |
| 卸売・小売業 | 0.224 (0.442) | 1300万~1400万未満 -0.425 (1.051) |
| 金融・保険業 | 0.113 (0.490) | 1400万~1500万未満 -1.404 (1.092) |
| 不動産・物品販賣業 | -0.961 (0.717) | 1500万円以上 -0.828 (0.843) |
| 学術研究・専門・技術サービス業 | 0.391 (0.494) | 5年前のテレワーク実施有無 0.929*** (有=1、無=0) (0.244) |
| 宿泊・飲食サービス業 | 0.787 (0.781) | 現在のテレワーク実施有無 0.462** (有=1、無=0) (0.233) |
| 生活関連サービス・娯楽業 | 0.443 (0.623) | 5年前の副業の有無 0.596** (有=1、無=0) (0.288) |
| 教育・学習支援業 | 1.068* (0.615) | 現在の副業の有無 0.173 (有=1、無=0) (0.283) |
| 医療・福祉 | 1.040** (0.491) | 定数項 -1.324 (1.366) |
| その他サービス業 | 0.212 (0.451) | サンプル数 377 |
| 公務 | 0.361 (0.744) | 疑似決定係数 0.4015 |
| 分類不能 | 1.482** (0.576) | |

***, **, * はそれぞれ有意水準1%、5%、10%未満を示す。括弧内の数値は標準誤差。

(起業準備中の状況)

ここでは、起業・独立・開業を選択肢として検討した者が、起業準備を行っていた時期にどのような行動を取る傾向があるのか、プロビット分析により明らかにする。個人アンケート

ト調査では、過去5年以内に起業した者については、主業としての起業か、副業としての起業かを尋ねており、起業準備中の状況は、個人が起業を主業としているか副業としているかで傾向が異なる可能性があるため、ここでは5年以内起業者を、主業としての起業者と副業としての起業者とに区別して分析する。

まず、主業としての起業者について、地方移住起業者（5年以内に主業として起業かつ10年以内に東京圏⇒東京圏外へ移住／二地域居住）=1、従来東京圏外在住起業者（5年以内に主業として起業かつ東京圏外在住）=0を被説明変数、起業準備中の状況を説明変数、性別、年齢、最終学歴、現在の婚姻関係の有無、現在の子供の有無、現在の共働きの有無をコントロール変数として分析したところ、「起業した事業領域に関わる業務に副業として従事していた」「起業した事業領域と異なる業務に副業として従事していた」に正の相関がみられ、副業を行っていると移住起業につながりやすいことの示唆を得た（図表2-2-4）。このほかに、「育児休暇や介護休暇中等の長期休暇中」に正の相関がみられた。移住の実態として、ライフスタイルに転機や困難が生じたことがきっかけで、東京圏での仕事を退職して移住を決断するケースがあり、一時的に仕事をしていない期間に、起業を選択肢に入れて検討しやすいという背景があることが考えられる。

（図表2-2-4 起業準備中の状況（過去5年以内に主業として起業した地方移住者と従来東京圏外在住起業者との比較）

| | <被説明変数> |
|------------------------------------|----------------------------|
| | 過去5年以内移住起業者(主業として)=1 |
| | 過去5年以内従来東京圏外在住起業者(主業として)=0 |
| <説明変数> | |
| 起業・独立・開業を選択肢として検討し、起業準備を行っていた時期の状況 | |
| 起業した事業領域に関わる業務(主な仕事)に従事していた | 0.160 (0.196) |
| 起業した事業領域に関わる業務(副業)に従事していた | 0.524** (0.235) |
| 起業した場所に関わる地域で業務(主な仕事)に従事していた | 0.148 (0.221) |
| 起業した場所に関わる地域で業務(副業)に従事していた | 0.0299 (0.271) |
| 起業した事業領域と異なる業務(主な仕事)に従事していた | 0.189 (0.247) |
| 起業した事業領域と異なる業務(副業)に従事していた | 0.580* (0.306) |
| 育児休暇や介護休暇中等の長期休暇中 | 0.857** (0.408) |
| 学生(定職なし) | -0.324 (0.460) |
| 主婦・主夫(定職なし) | -0.381 (0.448) |
| 転職活動中(定職なし) | -0.120 (0.393) |
| その他 | - |
| 定数項 | 0.727 (0.657) |
| サンプル数 | 270 |
| 疑似決定係数 | 0.2506 |

***, **, * はそれぞれ有意水準1%、5%、10%未満を示す。括弧内の数値は標準誤差。

続いて、主業と同様、副業としての起業者を分析したところ、「起業した事業領域に関わる業務に副業として従事していた」「起業した場所に関わる地域で業務に主な仕事として従事していた」「起業した場所に関わる地域で業務に副業として従事していた」に正の相関がみられた（図表2-2-5）。近年の副業としての移住起業者は、主業としての移住起業者と同様、起業前から副業を実施する傾向が高く、また、起業前から移住や二拠点居住を行い、あるいはリモートワークにより、地域に密着した仕事に就いている傾向が高い。また、「主婦・主夫（定職なし）」には負の相関がみられたが、この背景としては、主婦・主夫にとっては、地元の人的ネットワークなどを活かした副業としての起業は、比較的取り組みやすいものであるといった事情が考えられる。

（図表2-2-5 起業準備中の状況（過去5年以内に副業として起業した地方移住者と從来東京圏外在住起業者との比較））

| | <被説明変数> 過去5年以内移住起業者（副業として）=1 過去5年以内從来東京圏外在住起業者（副業として）=0 |
|------------------------------------|---|
| <説明変数> | |
| 起業・独立・開業を選択肢として検討し、起業準備を行っていた時期の状況 | |
| 起業した事業領域に関わる業務（主な仕事）に従事していた | 0.358 (0.275) |
| 起業した事業領域に関わる業務（副業）に従事していた | 0.892*** (0.297) |
| 起業した場所に関わる地域で業務（主な仕事）に従事していた | 0.557* (0.290) |
| 起業した場所に関わる地域で業務（副業）に従事していた | 0.591* (0.310) |
| 起業した事業領域と異なる業務（主な仕事）に従事していた | 0.329 (0.322) |
| 起業した事業領域と異なる業務（副業）に従事していた | 0.265 (0.340) |
| 育児休暇や介護休暇中等の長期休暇中 | 0.574 (0.746) |
| 学生（定職なし） | 0.382 (0.791) |
| 主婦・主夫（定職なし） | -1.341* (0.743) |
| 転職活動中（定職なし） | -0.113 (0.675) |
| その他 | - |
| 定数項 | 1.657** (0.779) |
| サンプル数 | 146 |
| 疑似決定係数 | 0.2351 |

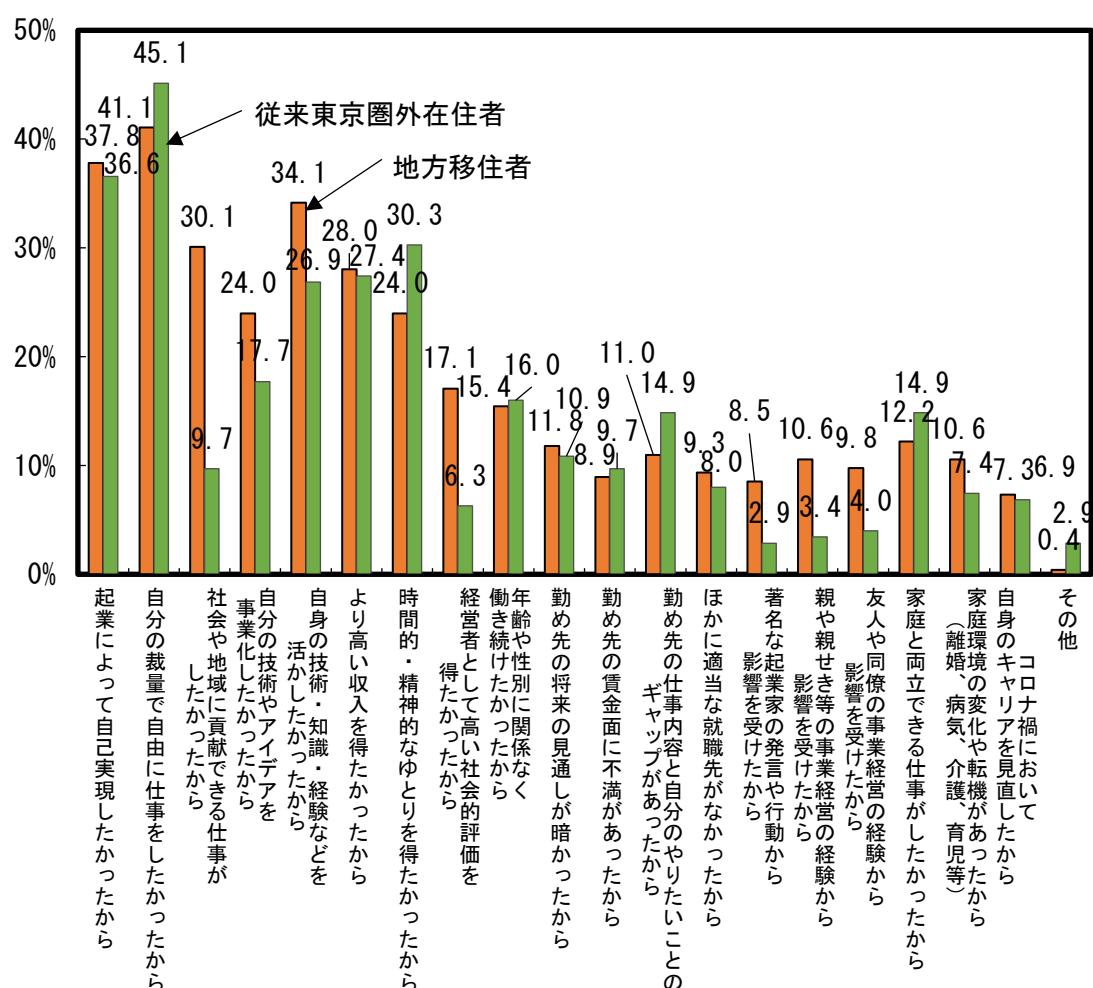
***, **, * はそれぞれ有意水準1%、5%、10%未満を示す。括弧内の数値は標準誤差。

（起業のきっかけ）

次に、起業経験者が起業・独立・開業をするに至った、又は起業を検討している背景にある動機や理由について確認したい。まず地方移住者、東京圏外在住者がともに多かった回答は、「自分の裁量で自由に仕事をしたかったから」（地方移住者 41.1%、從来東京圏外在住

者 45.1%) や、「起業によって自己実現したかったから」(37.8%、36.6%) と続き、本人の意欲に関わる動機が多い(図表 2-2-6)。また、地方移住起業者に多い動機に着目すると、「自身の技術・知識・経験などを活かしたかったから」(34.1%)、「地域や社会に貢献できる仕事がしたかったから」(30.1%) が挙げられ、地方移住者は、本人の意欲に関わる動機に加え、地域貢献への動機が強いことが特徴的である。この他、「親や親せき等の事業経営の経験から影響を受けたから」(10.6%)、「友人や同僚の事業経営の経験から影響を受けたから」(9.8%)、「著名な起業家の発言や行動から影響を受けたから」(8.5%) は、水準は高くないが従来東京圏外在住者との比較では高く、地方移住者は身近な先輩起業家の存在がきっかけで、自身の実現したい事業プランをスムーズに明確化させ、移住起業を実現させている傾向が高い可能性が示唆される。また、移住起業者と従来東京圏外在住起業者のいずれも、「コロナ禍において自身のキャリアを見直したから」(7.3%、6.9%) に一定数の回答がみられ、コロナ禍が起業に対する意識面での変化をもたらしたとみられる。

(図表 2-2-6 起業のきっかけ)



(備考) 過去 5 年以内に起業した地方移住者 246 名、従来東京圏外在住者 175 名を対象。複数回答。

地方移住起業者と従来東京圏外在住起業者とで、起業のきっかけには違いがみられたことから、ここでは傾向を精査するため、プロビット分析により、5年以内に起業した地方移住者と、5年以内に起業した従来東京圏外在住者を比較する。地方移住起業者（5年以内に起業かつ10年以内に東京圏⇒東京圏外へ移住／二地域居住）＝1、従来東京圏外在住起業者（5年以内に起業かつ東京圏外在住）＝0を被説明変数とし、起業のきっかけを説明変数、性別、年齢、最終学歴、現在の婚姻関係の有無、現在の子供の有無、現在の共働きの有無をコントロール変数として分析したところ、「社会や地域に貢献できる仕事がしたかったから」に正の相関がみられた（図表2-2-7）。近年の地方移住起業者は社会貢献意識・地域貢献意識が特に高いことが伺える。また、「勤め先の仕事内容と自分のやりたいことのギャップがあったから」や「家庭と両立できる仕事がしたかったから」には負の相関がみられたことから、現在の仕事への不満をきっかけとした起業は従来東京圏外在住起業者に多くみられる傾向である。

(図表2-2-7 起業のきっかけ (過去5年以内に起業した地方移住者と従来東京圏外在住者との比較))

| | <被説明変数> 過去5年以内移住起業者=1 過去5年以内従来東京圏外在住起業者=0 |
|---------------------------------------|---|
| <説明変数> | |
| 起業・独立・開業をするに至った、又は起業を検討している背景にある動機や理由 | |
| 起業によって自己実現したかったから | 0.0285 (0.152) |
| 自分の裁量で自由に仕事をしたかったから | -0.0670 (0.150) |
| 社会や地域に貢献できる仕事がしたかったから | 0.928*** (0.209) |
| 自分の技術やアイデアを事業化したかったから | 0.139 (0.196) |
| 自身の技術・知識・経験などを活かしたかったから | 0.147 (0.168) |
| より高い収入を得たかったから | -0.119 (0.163) |
| 時間的・精神的なゆとりを得たかったから | -0.184 (0.179) |
| 経営者として高い社会的評価を得たかったから | 0.305 (0.274) |
| 年齢や性別に関係なく働き続けたかったから | -0.0707 (0.231) |
| 勤め先の将来の見通しが暗かったから | 0.166 (0.249) |
| 勤め先の賃金面に不満があったから | -0.442 (0.300) |
| 勤め先の仕事内容と自分のやりたいことのギャップがあったから | -0.573** (0.267) |
| ほかに適当な就職先がなかったから | 0.173 (0.262) |
| 著名な起業家の発言や行動から影響を受けたから | 0.252 (0.398) |
| 親や親せき等の事業経営の経験から影響を受けたから | 0.339 (0.325) |
| 友人や同僚の事業経営の経験から影響を受けたから | 0.365 (0.330) |
| 家庭と両立できる仕事がしたかったから | -0.439* (0.247) |
| 家庭環境の変化や転機があったから(離婚、病気、介護、育児等) | 0.176 (0.287) |
| コロナ禍において自身のキャリアを見直したから | -0.151 (0.309) |
| その他 | -0.817 (0.625) |
| 定数項 | 0.468 (0.591) |
| サンプル数 | 421 |
| 疑似決定係数 | 0.2207 |

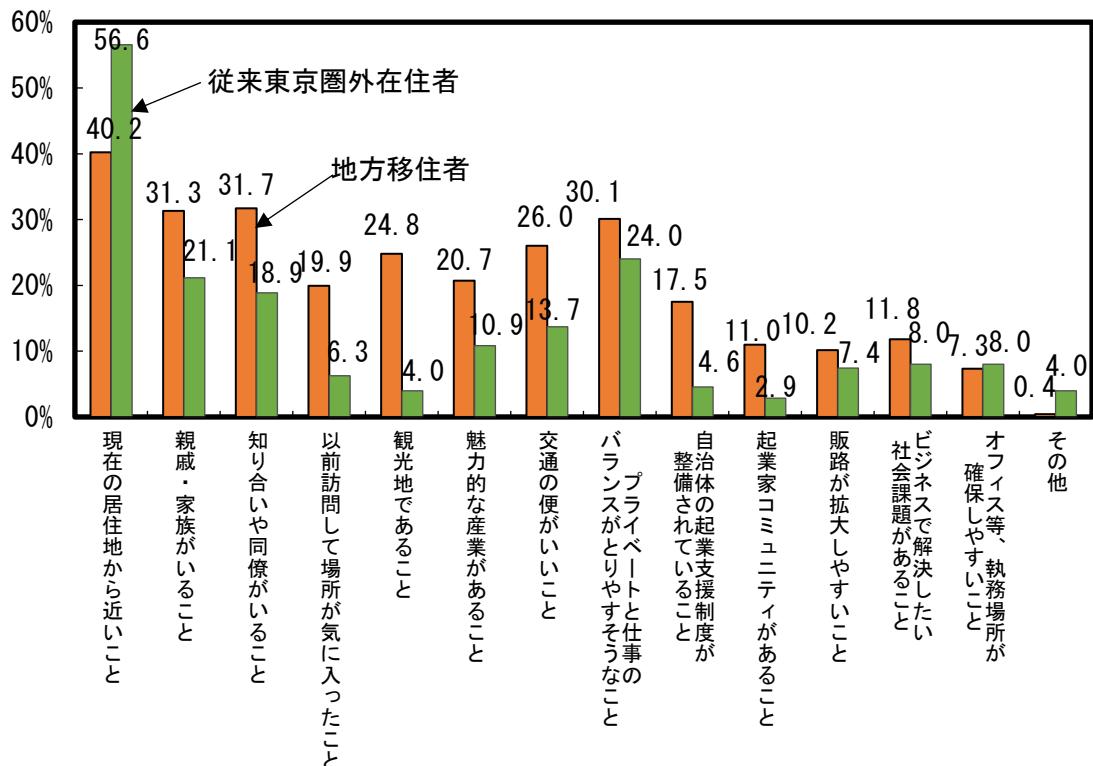
***, **, * はそれぞれ有意水準1%、5%、10%未満を示す。括弧内の数値は標準誤差。

(起業場所を選択する際に重視した条件)

起業場所を選択する際に重視した条件からも、移住起業者の特徴を把握したい。図表2-2-8の単純集計結果をみると、従来東京圏外在住起業者は、「現在の居住地から近いこと」(56.6%)の割合が顕著に高く、「プライベートと仕事のバランスがとりやすそうなこと」(24.0%)も高い。一方で、地方移住者は多様な条件を考慮して起業場所を選択しているこ

とがうかがえる。

(図表 2-2-8 起業場所を選択する際に重視した条件)



(備考) 過去 5 年以内に起業した地方移住者 246 名、従来東京圏外在住者 175 名を対象。複数回答。

ここでもプロビット分析により、過去 5 年以内に起業した地方移住者と従来東京圏外在住者とを比較して傾向を精査したい。地方移住起業者（5 年以内に起業かつ 10 年以内に東京圏→東京圏外へ移住／二地域居住）= 1、東京圏外在住起業者（5 年以内に起業かつ東京圏外在住）= 0 を被説明変数、起業場所を選択する際に重視した条件を説明変数とし、性別、年齢、最終学歴、現在の婚姻関係の有無、現在の子供の有無、現在の共働きの有無をコントロール変数として分析したところ、「観光地であること」「以前訪問して場所が気に入ったこと」に正の相関、「現在の居住地から近いこと」に負の相関がみられた（図表 2-2-9）。地方移住起業者にとって、過去に観光や仕事で訪れたことによって生まれた地域との縁が、後に移住・起業を検討する際の重要な鍵となっている。移住起業者を呼び込むには、積極的な地域の情報発信や魅力の P R が効果的と考えられる。

(図表 2-2-9 起業場所を選択する際に重視した条件（過去 5 年以内に起業した地方移住者と従来東京圏外在住者との比較）)

| | <被説明変数> 過去5年以内移住起業者=1 過去5年以内従来東京圏外在住起業者=0 |
|--------------------------|---|
| <説明変数> | |
| 起業場所を選択する際に重視した条件 | |
| 現在の居住地から近いこと | -0.346** (0.144) |
| 親戚・家族がいること | 0.0947 (0.163) |
| 知り合いや同僚がいること | 0.219 (0.166) |
| 以前訪問して場所が気に入つたこと | 0.423* (0.235) |
| 観光地であること | 0.928*** (0.251) |
| 魅力的な産業があること | -0.104 (0.219) |
| 交通の便がいいこと | 0.219 (0.192) |
| プライベートと仕事のバランスがとりやすそうなこと | 0.0140 (0.168) |
| 自治体の起業支援制度が整備されていること | 0.458 (0.297) |
| 起業家コミュニティがあること | 0.473 (0.378) |
| 販路が拡大しやすいこと | -0.478 (0.314) |
| ビジネスで解決したい社会課題があること | -0.216 (0.288) |
| オフィス等、執務場所が確保しやすいこと | -0.345 (0.312) |
| その他 | -1.310** (0.583) |
| 定数項 | 0.512 (0.556) |
| サンプル数 | 421 |
| 疑似決定係数 | 0.2257 |

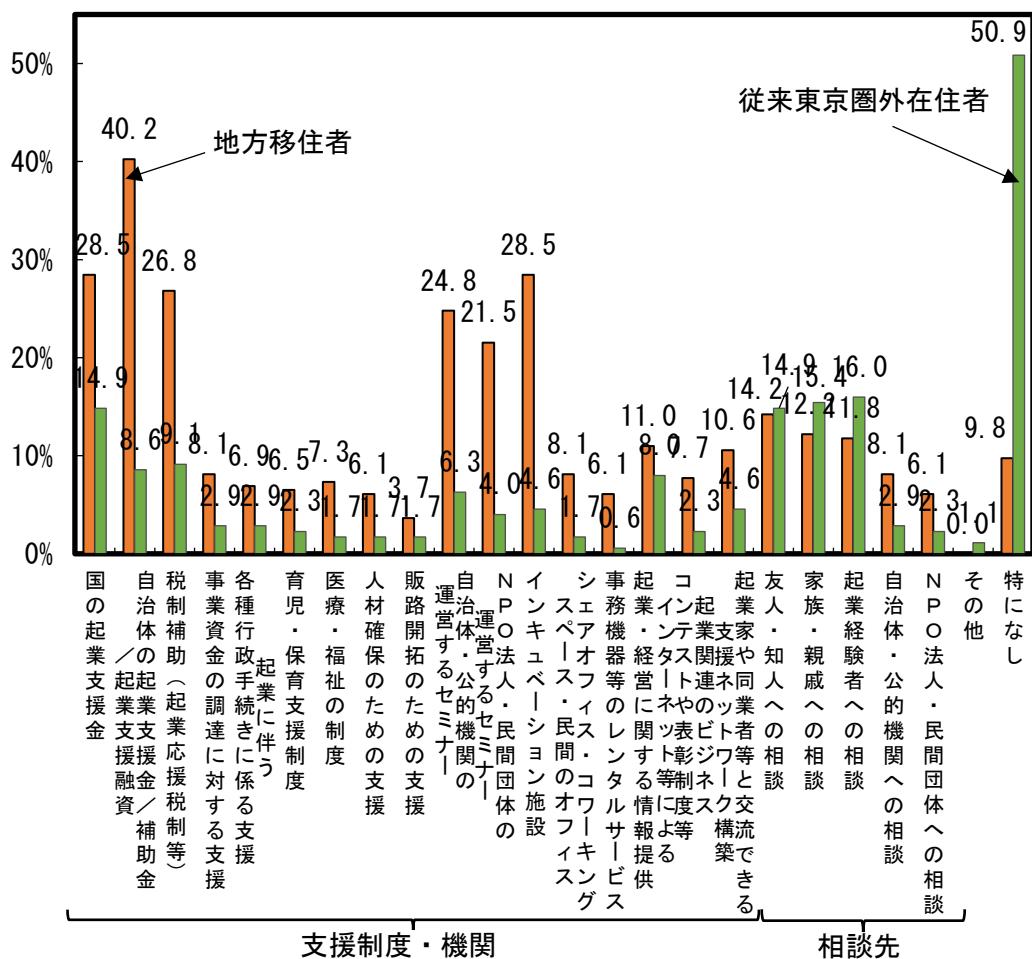
***, **, * はそれぞれ有意水準 1%、5%、10%未満を示す。括弧内の数値は標準誤差。

(起業の際に利用した支援制度・相談先)

図表 2-2-10 は、起業する際に利用した支援制度や相談先について集計しているが、地方移住起業者と従来東京圏外在住起業者とで利用率が顕著に異なることがわかった。まず、地方移住起業者の利用率が最も高い内容が、「自治体の起業支援金／補助金／起業支援融資」(40.2%) であり、このほかに「国の起業支援金」(28.5%) や「税制補助」(26.8%) の利用率も高く、資金支援関係の支援が必要とされ、利用される傾向にあることがうかがえる。このほか、「インキュベーション施設の利用」(28.5%)、「自治体・公的機関の運営するセミナーへの参加」(24.8%)、「N P O 法人・民間団体の運営するセミナーへの参加」(21.5%) の利用率も高く、経営のノウハウや事業のヒントを得られる機関へのアクセスが積極的にされていることがわかる。一方、東京圏外在住起業者の利用状況をみると、起業支援制度・相談先の利用が「特になし」と回答した者の割合が 50.9% と半数であり、地方移住起業者

と比較して支援制度を利用する傾向が顕著に低いことがわかった。その中でも利用率が高い内容として、「起業経験者への相談」(16.0%)、「家族・親戚への相談」(15.4%)、「友人・知人への相談」(14.9%)といった、周囲への相談が中心であり、自治体や民間の支援機関へのアクセスは乏しく、地方移住起業者で利用率の高い、支援金やインキュベーション施設、セミナーの利用率も1割以下に留まっている状況にある。

(図表2-2-10 起業の際に利用した支援制度・相談先)



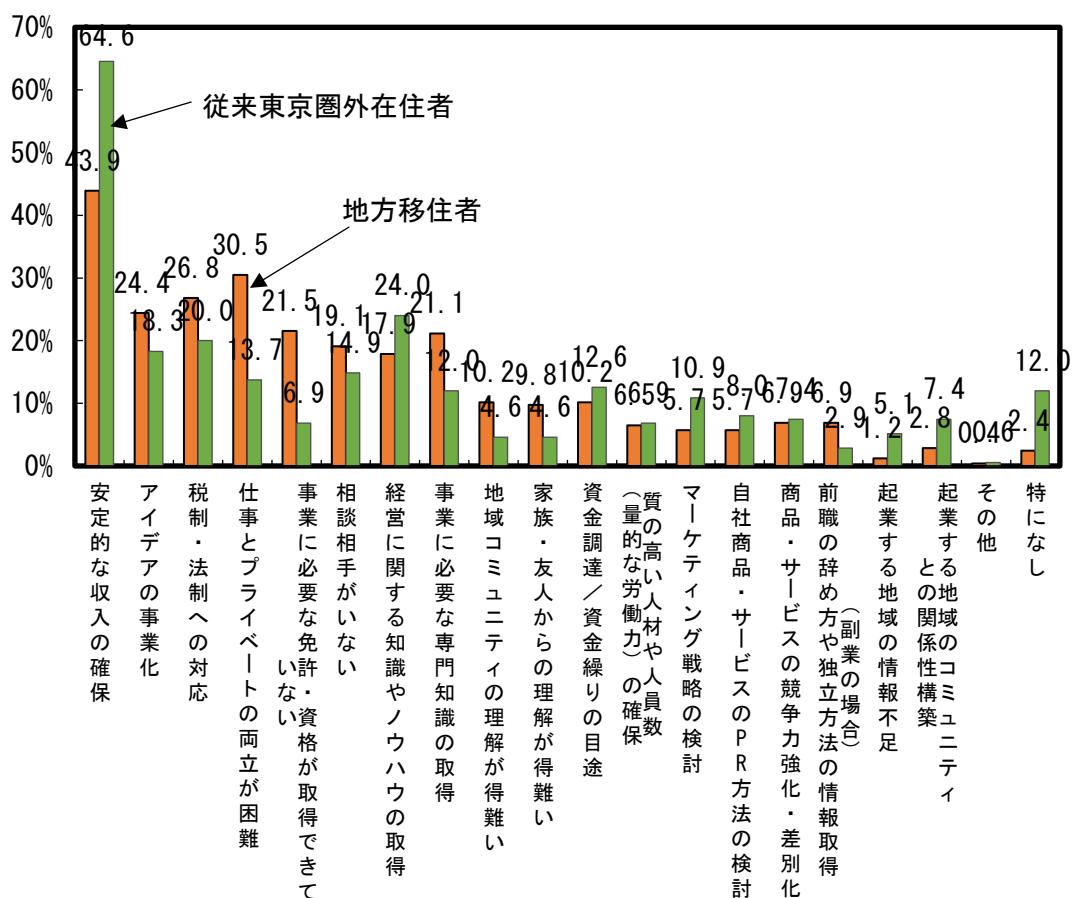
(備考) 過去5年以内に起業した地方移住者246名、従来東京圏外在住者175名を対象。複数回答。

(起業を実施した際の困りごと・課題)

起業時に直面した困りごと・課題として、地方移住起業者で最も多い回答は「安定的な収入の確保」(43.9%)であり、「仕事とプライベートの両立」(30.5%)、「税制・法制への対応」(26.8%)、「アイデアの事業化」(24.4%)と続く(図表2-2-11)。移住起業者が収入面の課題の次にワーク・ライフ・バランスに関する課題を抱える者が多いという結果は、前述の過去5年以内起業者の特徴から、移住起業者は従来東京圏外在住起業者と比較して

平均年齢が低いため、幼い子を持つ親世代の起業者が多いことが要因の一つと考えられる。一方、従来東京圏外在住起業者は、地方移住起業者を上回る割合で「安定的な収入の確保」(64.6%)が最大の課題、次いで「経営に関する知識やノウハウの取得」(24.0%)と続き、収入面の課題の後に経営ノウハウや税務対応等、知識のインプットに関するニーズが目立つ。インキュベーション施設やセミナーの有効活用の促進に向けて、事業アイデアの相談や経営ノウハウを学ぶ環境の整備が求められる。

(図表2-2-11 起業時に直面した困りごと・課題)



(備考) 過去5年以内に起業した地方移住者 246名、従来東京圏外在住者 175名を対象。複数回答。

(2) 起業に関心がある者の特徴

ここまで、移住起業者の特徴について明らかにした。ここからは、起業準備者及び起業関心者の特徴や動向を把握することで、移住起業を実施する前のフェーズでの課題の深掘りと、起業の実現を後押しするための支援策を検討したい。なお、前項では地域の担い手としての移住起業者及び従来東京圏外在住起業者を中心に分析してきたが、ここでは今後地域の担い手となる可能性を持つ、東京圏在住者も含めて分析する。

(起業準備者・起業関心者・起業無関心者の特徴)

図表2-2-12では、起業を実施していない者について居住地別に集計している。居住地を問わず共通している点として、起業準備者は、起業関心者、起業無関心者と比較して平均年齢が低い。また、起業への関心が高い者ほど、テレワーク実施率及び副業実施率が高い。また、起業への関心とは直接的な関係性は無いが、地方移住者及び従来東京圏外在住者と、東京圏在住者とを比較すると、平均世帯年収の差が目に着く。賃金格差の解消が、安心して地方で暮らすことへのポイントとなり、地方移住への後押しの一因となり得る。

(図表2-2-12 起業準備者・起業関心者・起業無関心者の特徴)

| 地方移住者 | | | 従来東京圏外在住者 | | | 東京圏在住者 | | |
|--------------|---------|---------|-----------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 起業準備者 | 起業関心者 | 起業無関心者 | 起業準備者 | 起業関心者 | 起業無関心者 | 起業準備者 | 起業関心者 | 起業無関心者 |
| *基本属性 | | | | | | | | |
| 人数 | 45人 | 58人 | 155人 | 62人 | 575人 | 4842人 | 53人 | 301人 |
| 男性の割合 | 75.6% | 65.5% | 53.5% | 69.4% | 55.7% | 46.1% | 73.6% | 58.8% |
| 平均年齢 | 34.3歳 | 38.0歳 | 41.8歳 | 38.7歳 | 42.7歳 | 46.8歳 | 37.1歳 | 41.6歳 |
| 大卒の割合 | 62.2% | 51.7% | 49.0% | 51.6% | 43.7% | 36.5% | 54.7% | 58.8% |
| 既婚者の割合 | 55.6% | 55.2% | 54.8% | 51.6% | 57.0% | 62.6% | 41.5% | 54.5% |
| 子どもがいる割合 | 44.4% | 43.1% | 40.0% | 35.5% | 50.4% | 56.9% | 45.3% | 44.2% |
| *労働環境 | | | | | | | | |
| 共働きの割合 | 60.0% | 53.4% | 54.8% | 67.7% | 64.7% | 54.5% | 60.4% | 65.8% |
| 平均世帯年収 | 544.4万円 | 595.7万円 | 545.5万円 | 585.5万円 | 537.4万円 | 526.7万円 | 689.6万円 | 693.9万円 |
| テレワーク実施率 | 76.2% | 44.7% | 25.7% | 51.8% | 24.8% | 12.8% | 72.5% | 50.2% |
| 副業実施率 | 73.8% | 51.1% | 25.7% | 60.7% | 33.4% | 24.3% | 72.5% | 35.3% |

(備考) 平均世帯年収は、100万円単位で示された選択肢の中央値を代表値として扱い平均した。なお、100万円未満は50万円、1,500万円以上は1,800万円を代表値とした。

(起業に関心のある地方移住者の特徴)

次に、今後地域の担い手としての活躍が期待される、地方移住を実施した者のうち、起業していないが関心がある者にはどのような特徴があるのか、プロビット分析を用いて確認したい。地方移住起業関心者（起業に関心があるかつ10年以内に東京圏⇒東京圏外へ移住／二地域居住）=1、地方移住起業無関心者（起業に無関心かつ10年以内に東京圏⇒東京圏外へ移住／二地域居住）=0を被説明変数、性別、年齢、最終学歴、現在の婚姻関係の有無、現在の子供の有無、現在の共働きの有無、現在の主な仕事の就労状況・形態、現在の主

な仕事の業種、現在の主な仕事の職種、現在の世帯年収、現在の副業の有無、現在のテレワーク実施有無を説明変数とした分析の結果、個人属性については有意な結果を得られなかったが、現在の主な仕事の状況をみると、就労形態では非正規社員に正の相関、業種では医療・福祉に負の相関、職種では管理的職業従事者、専門的・技術的職業従事者、生産管理工程従事者に正の相関がみられた（図表2-2-13）。また、新しい働き方に目を向けると、副業の実施有無に正の相関、テレワーク実施の有無いずれも正の相関がみられた。前述の分析結果から、過去5年以内起業者はテレワークや副業を実施する傾向が高いことを確認したが、起業への関心と新しい働き方との関係にもつながりがある可能性が考えられる。

（図表2-2-13 起業に関心のある地方移住者の特徴（地方移住起業関心者と地方移住起業無関心者との比較））

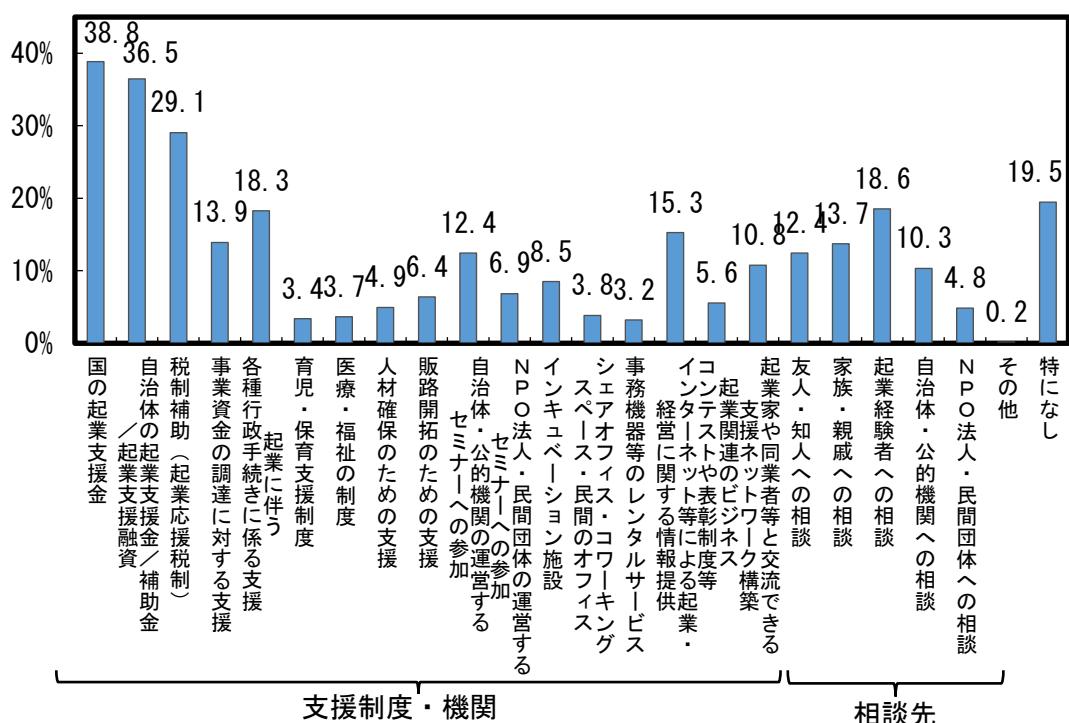
| | <被説明変数> 地方移住起業関心者=1 地方移住起業無関心者=0 | | <被説明変数> 地方移住起業関心者=1 地方移住起業無関心者=0 |
|-------------------------------|--|--------------------|--|
| <説明変数> | | | |
| 性別（1=女性） | 0.0269 (0.541) | | |
| 年齢 | -0.0193 (0.0196) | | |
| 最終学歴（基準：中学卒） | | | |
| 専門学校・高専・短大卒 | 0.230 (0.580) | | |
| 大学卒 | 0.720 (0.581) | | |
| 大学院卒 | 0.410 (1.127) | | |
| 現在の婚姻状況 | -0.477 (0.515) | | |
| （有=1、無=0） | | | |
| 現在の子供の有無 | -0.115 (0.510) | | |
| （有=1、無=0） | | | |
| 現在の共働きの有無 | -0.665 (0.552) | | |
| （有=1、無=0） | | | |
| 現在の主な仕事の就労状況・形態（基準：他の就労状況・形態） | | | |
| 正社員 | 0.359 (0.918) | | |
| 非正規社員 | 1.949* (1.023) | | |
| 会社経営者・役員 | - | | |
| 自営業主 (フリーランス含む) | 0.805 (1.473) | | |
| 現在の主な仕事の業種（基準：建設業） | | | |
| 農林漁業 | - | | |
| 製造業 | -1.500 (0.933) | | |
| 電気・ガス・熱供給・水道業 | 2.563 (1.663) | | |
| 情報通信業 | -2.167 (1.424) | | |
| 運輸業、郵便業 | - | | |
| 卸売・小売業 | -0.483 (1.007) | | |
| 金融・保険業 | -0.921 (1.379) | | |
| 学術研究、専門・技術サービス業 | - | | |
| 宿泊・飲食サービス業 | - | | |
| 生活関連サービス、娯楽業 | -2.639 (1.721) | | |
| 教育・学習支援業 | -0.600 (1.252) | | |
| 医療・福祉 | -2.401** (1.109) | | |
| その他サービス | -1.548 (0.977) | | |
| 公務 | 1.490 (1.201) | | |
| 分類不能 | - | | |
| 現在の副業の有無 (有=1、無=0) | | 1.687** (0.567) | |
| 現在のテレワーク実施有無 (有=1、無=0) | | 1.194** (0.540) | |
| 定数項 | | -1.745 (1.768) | |
| サンプル数 | | 119 | |
| 疑似決定係数 | | 0.4224 | |

***, **, * はそれぞれ有意水準1%、5%、10%未満を示す。括弧内の数値は標準誤差。

(必要だと感じる支援制度・相談先)

個人アンケート調査では、起業準備者及び起業関心者が必要と考える支援内容についても尋ねている。集計の結果、「国の起業支援金」(38.8%)、「自治体の起業支援金／補助金／起業支援融資」(36.5%)、「税制補助」(29.1%) の割合が高く、資金面の支援が強く意識されていることがうかがえる（図表 2－2－14）。また、「起業経験者への相談」(18.6%) や「インターネット等による起業・経営に関する情報提供」(15.3%) からは、起業の実態把握ニーズも確認できる。さらに、「起業に伴う各種行政手続きに係る支援」(18.3%) のニーズも高く、各種申請手続きの煩雑さが課題として洗い出された。スムーズな起業支援のための支援内容の見直しとして、オンライン手続きによる起業手続きの簡素化をはじめとした、自治体におけるデジタル環境整備が期待される。

(図表 2－2－14 起業準備者・関心者が必要と感じる支援制度・相談先)



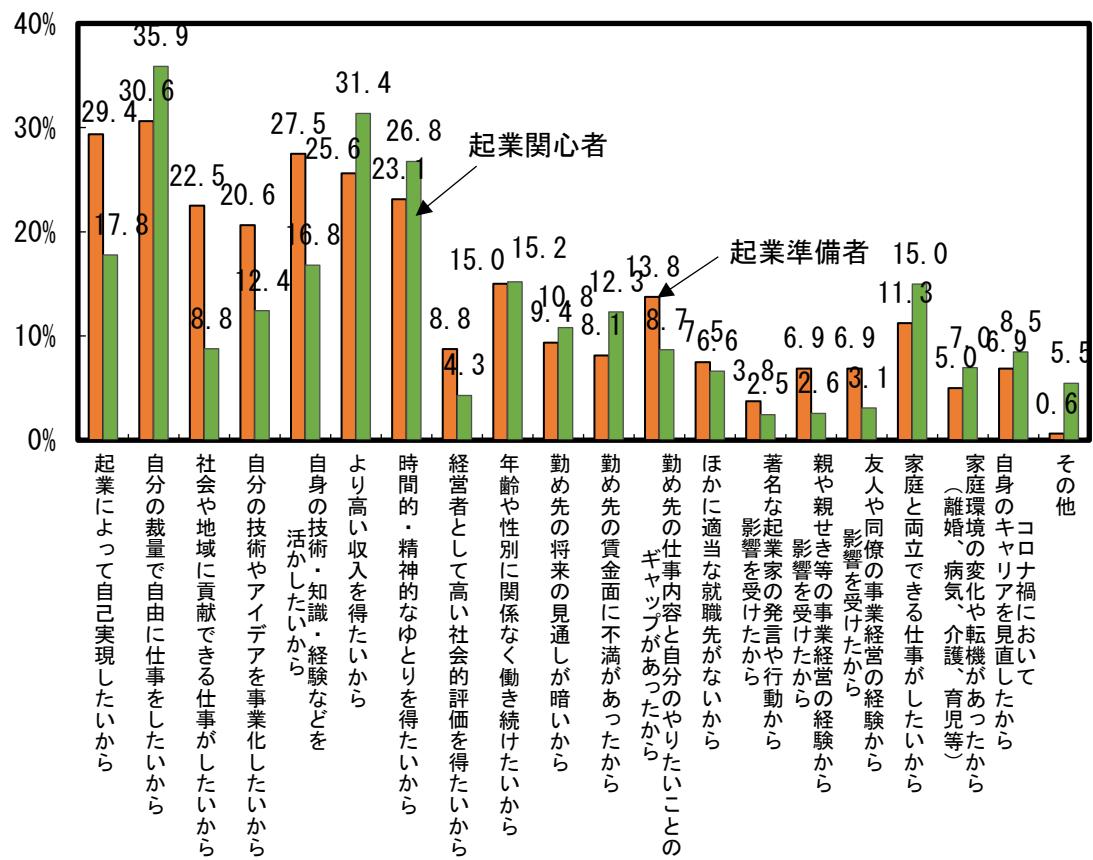
(備考) 起業していないが具体的な準備を進めている者 160 名、関心がある者 934 名を対象。複数回答。

(起業に関心を持ったきっかけ)

図表 2－2－15 では、起業に関心を持ったきっかけについて、起業への関心度別に集計している。起業準備者、起業関心者ともに最も多いきっかけは、「自分の裁量で自由に仕事をしたいから」（起業準備者 30.6%、起業関心者 35.9%）であるが、その他のきっかけについては、起業準備者と起業関心者とで傾向が異なることがわかった。まず、起業準備者の回

答率が起業関心者と比較して高いものとして、「社会や地域に貢献できる仕事がしたいから」(22.5%)、「起業によって自己実現したいから」(29.4%)、「自身の技術・知識・経験などを活かしたいから」(27.5%)、「自分の技術やアイデアを事業化したいから」(20.6%) 等があり、起業準備フェーズまでに至る者は社会課題を解決することへの意欲や自己実現への意識が高く、かつアイデアが具体化されているため目的意識が高まる傾向がある。また、「親や親せき等の事業経営の経験から影響を受けたから」(6.9%) や「友人や同僚の事業経営の経験から影響を受けたから」(6.9%) にも起業関心者との回答率の差がみられ、地方移住起業者と同様、周囲の先輩起業家の影響で起業につながっていることの効果がここでも確認できる。一方で、起業関心者の回答率が起業準備者と比較して高いものをみると、「より高い収入を得たいから」(31.4%)、「時間的・精神的ゆとりを得たいから」(26.8%) のほか、「家庭と両立できる仕事がしたいから」(15.0%)、「勤め先の賃金面に不満があったら」(12.3%) 等、高収入や生活のゆとりを志向する動機が目立つ。

(図表2-2-15 起業に関心を持ったきっかけ)



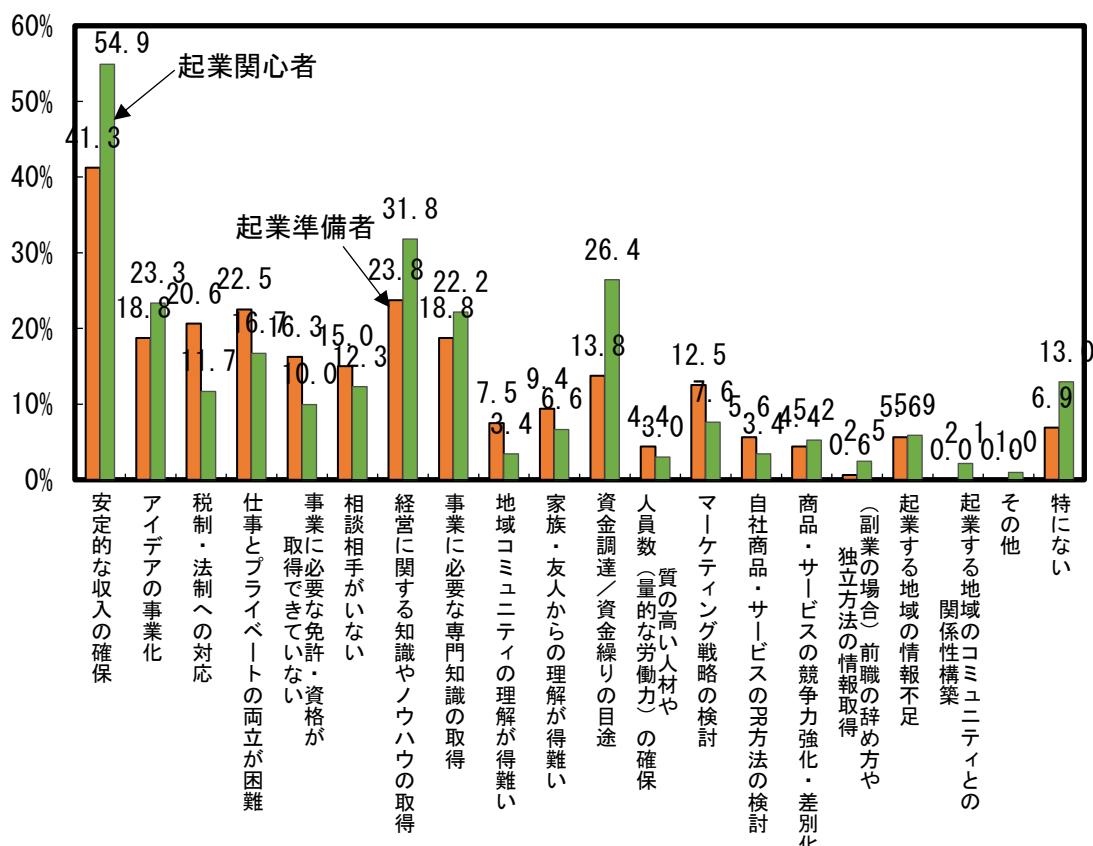
(備考) 起業していないが具体的準備を進めている者 160 名、関心がある者 934 名を対象。複数回答。

(起業準備者・起業関心者が起業に踏み込めていない理由)

次に、起業への障壁について明らかにするため、図表2-2-16 では、起業に踏み込め

ていない理由を起業への関心度別に集計した。まず、起業関心者の理由として、「安定的な収入の確保」(54.9%)が最も多い。次いで「経営に関する知識やノウハウの取得」(31.8%)、「資金調達／資金繰りの目途」(26.4%)、「アイデアの事業化」(23.3%)、「事業に必要な専門知識の習得」(22.2%)と続き、経営に関する基礎的な知識の習得がニーズとして捉えられる。また、障壁となるものが「特にない」(13.0%)者も一定数存在し、起業への具体的検討の前のフェーズにいる段階でぼんやりと起業に関心を抱いている者による回答と考えられる。一方、起業準備者は、起業関心者と比較して「仕事とプライベートの両立が困難」(22.5%)、「税制・法制への対応」(20.6%)、「事業に必要な免許・資格が獲得できていない」(16.3%)、「マーケティング戦略の検討」(12.5%)等、経営の基礎知識より一步踏み込んだ、具体的・実務的な行動に関する障壁を感じている者の割合が高い。

(図表2-2-16 起業に踏み込めていない理由)



(備考) 起業していないが具体的準備を進めている者 160 名、関心がある者 934 名を対象。複数回答。

前述までの分析結果から、起業準備者と起業関心者とでは、起業に関心を持ったきっかけや、起業の障壁となっているものの傾向には違いがあり、起業準備者は、起業へのポテンシャルや抱える課題も起業者と同様の傾向がみられることがわかった²¹。今後、地域の担い手

²¹ この結果は単に起業に関心を持つフェーズから実際の起業に至るまで準備が進むにつれて意識する点が

としての移住・起業の裾野を更に広げていくためには、起業者や起業準備者への施策の具体的検討に加え、ぼんやりと起業に興味があるが、何から手を付けたらよいのか分からずに行動に移すことができない、起業関心者に向けたアプローチも必要であろう。

変わっていくとの解釈も可能だが、最終的に起業を実現できる者は関心を持つに過ぎない者とは起業に対する考え方方が大きく異なっているという可能性もある。

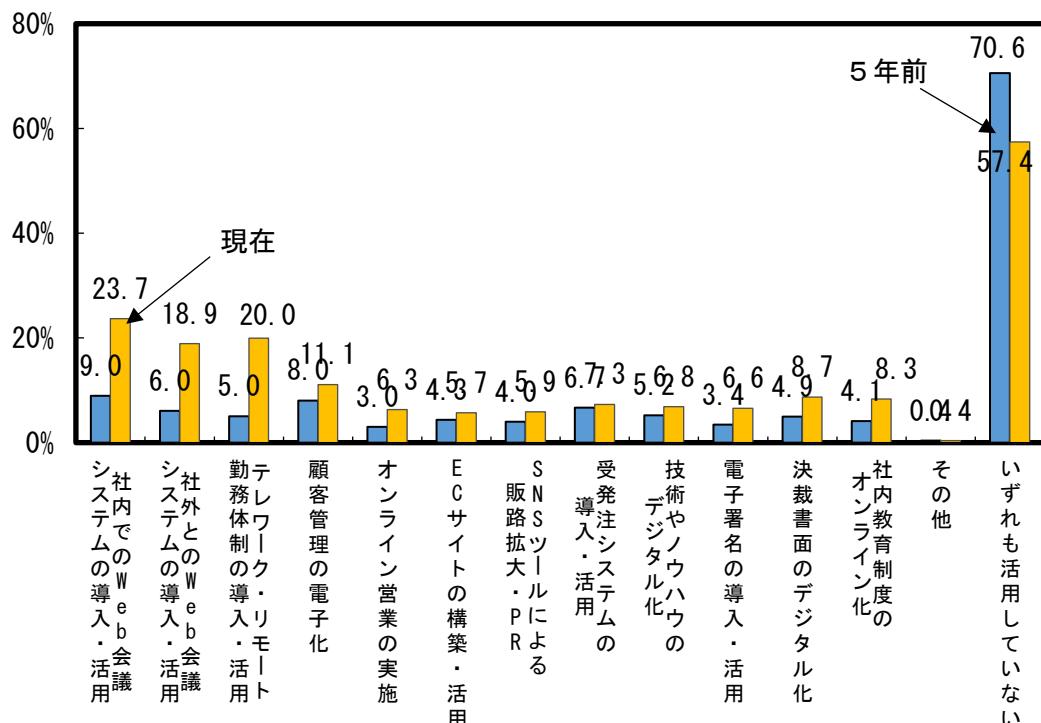
(3) IT活用状況と移住起業

これまでの分析結果から、テレワークの活用や起業前からの副業実施と起業は密接な関係があることがわかった。コロナ禍におけるテレワークの導入の促進は、勤務場所に捉われない働き方を実現させ、また、通勤時間の削減により自由な時間が増えたことで、副業を拡大させることが期待される。ここでは、DXへの強化という課題認識の下、個人のIT活用状況を確認しながら、デジタル化の推進と移住起業との関係について分析する。

(主な仕事のIT活用状況)

主な仕事のIT活用状況について、5年前と現在とで比較したところ、各種IT導入・活用状況には進展がみられる²²（図表2-2-17）。

（図表2-2-17 主な仕事のIT活用状況（5年前と現在の比較））



（備考）5年前の有職者7,019名、現在の有職者6,683名を対象。

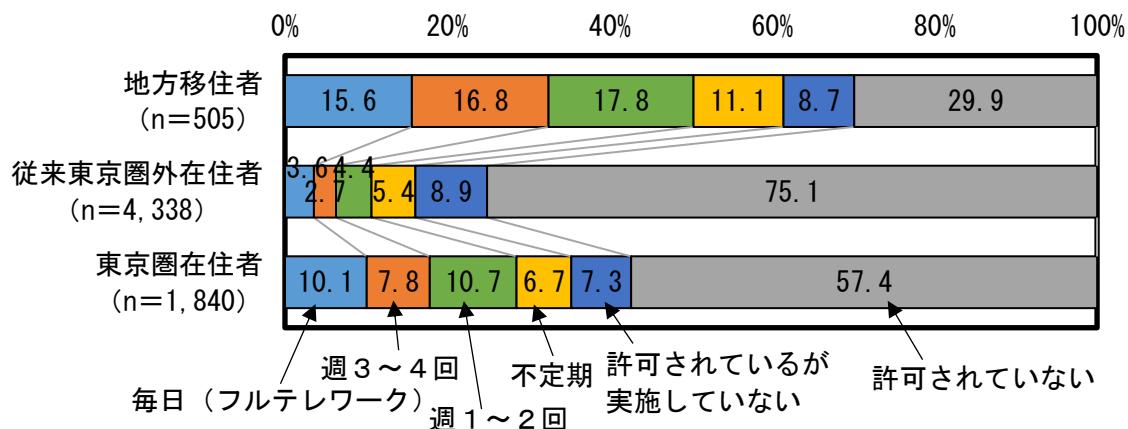
（現在の主な仕事のテレワーク実施状況）

現在の主な仕事のテレワーク実施状況を居住地別にみると、地方移住者は積極的にテレ

²² なお、副業のIT活用状況も、主な仕事と同様の傾向がみられた。

ワークを実施している一方、従来東京圏外在住者のテレワーク率が顕著に低い（図表2-2-18）。テレワークを実施していない者は、職場から許可されていないケースがほとんどであり、地域を問わず、引き続き企業におけるテレワークの導入促進が求められる²³。

（図表2-2-18 現在の主な仕事のテレワーク実施状況（地方移住の有無・居住地別））



（備考）現在の有職者（休職中を除く）6,683名を対象。

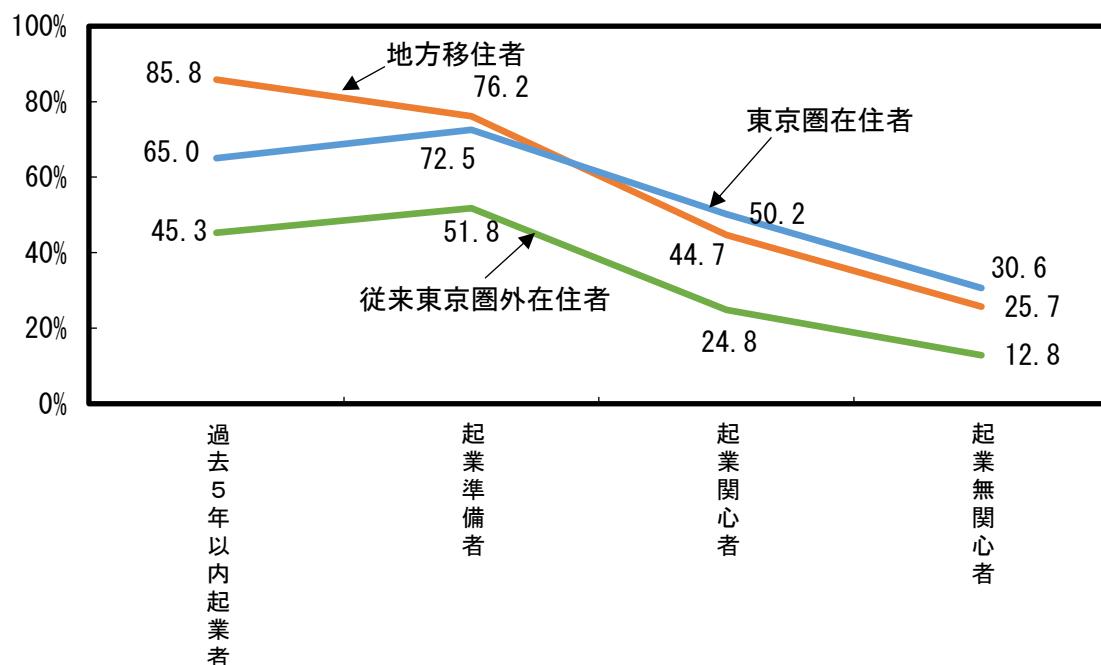
（テレワーク実施状況）

現在のテレワーク実施有無について、起業への関心別に集計したところ、過去5年以内起業者や、起業への関心が高い者ほど、テレワーク実施率が高い。テレワークにより時間的余裕が生まれ、自身のキャリアを見直す機会ができることで起業する者が増えていると推察される（図表2-2-19）。地方移住起業者が特にテレワーク率が高いことの背景として、コロナ禍においても、商圏の拡大を求めて積極的な営業活動を継続する中で、東京圏を含めて遠隔地には容易に行き来できない分、積極的にオンライン活用を取り入れていたことなどが考えられる。一方、地方移住起業者と比較して、東京圏在住起業者のテレワーク率が低い点については、情報や商圏が比較的身近にある分、対面でも動くことのできる環境にあつたことが要因と考えられる。どこにいても仕事が成り立ち、ステークホルダーを確保できるようになったことで、地方で起業しても多様な収入確保のための手段を検討できるようになったことは、オンラインを活用する移住起業を活発なものにしたと考えられる。ただし、コロナ禍においては、外出や人との交流が困難であったことにより、移住先において新たなビジネスパートナーと満足のいく交流・コミュニケーションを図ることができていなかつた可能性も指摘できる。従来の対面でのやり取りと、新しい働き方としてのテレワークをバランスよく取り入れたハイブリッド型のコミュニケーションで、移住先の地域との信頼関係を深め、事業継続の最適化を図るための工夫が期待される。

²³ なお、現在の副業のテレワーク実施状況も、主な仕事と同様の傾向がみられた。

また、起業していない者に目を向けると、地方移住者と東京圏在住者のテレワーク率はほぼ同水準であり、それらにはほぼ並行の動きをしながら、従来東京圏外在住者のテレワーク率は低水準に留まっており、今回調査の結果からも、地方におけるデジタル化の遅れが課題として浮き彫りになった。オンラインを活用できる起業とそうでない起業とで、経営力の観点で二極化が進むことが考えられる。地域経済活性化や、従来東京圏外在住起業者の商圏拡大の為にも、引き続きテレワークの普及を中心としたDXの強化が求められる。

(図表2-2-19 テレワーク実施状況(起業への関心度別))

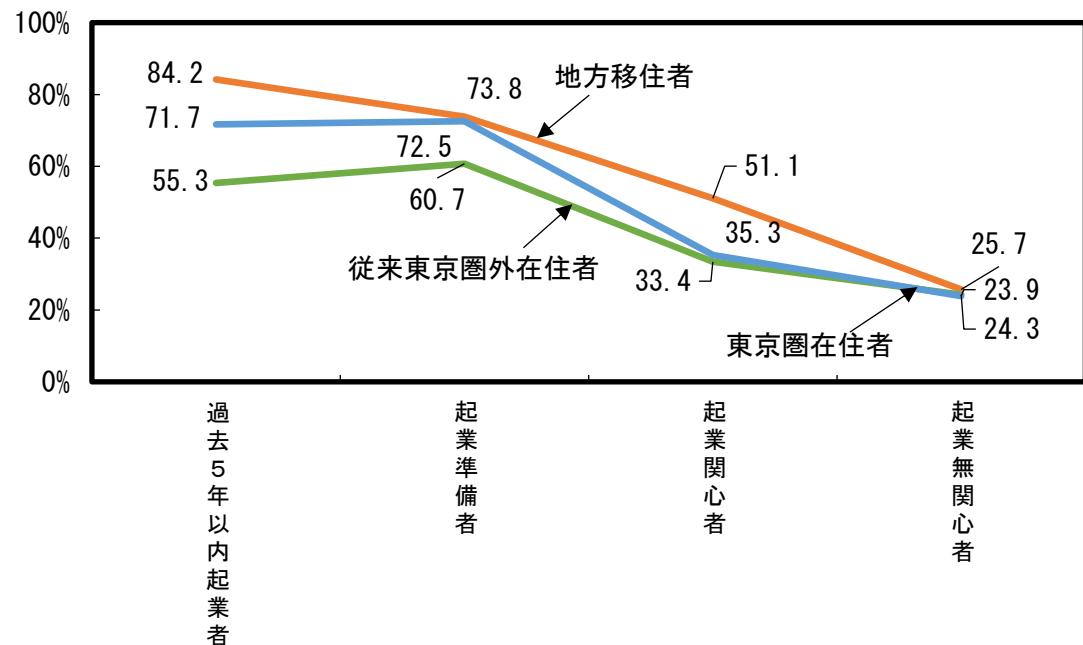


(備考) 現在の有職者(休職中を除く)のうち、過去6年以上前起業者及び元起業者を除く6,116名を対象。

(テレワークの拡大と副業実施率の状況)

現在の副業実施率を起業の状況別にみたところ、前述のテレワーク実施率と同様、過去5年以内起業者や、起業に関心が高い者で副業を実施している傾向がみられた(図表2-2-20)。特に、従来東京圏外在住者と東京圏在住者のそれぞれにおいて、起業準備者と起業関心者の副業実施率の水準が2倍近く乖離している。(1)の分析結果からも、起業経験者は起業前に副業を実施していた傾向が高く、副業により経験値や視野が広がることでアイデアが生まれ、起業に発展する可能性が高まっているという可能性も考えられる。副業しやすい環境整備のためには、特にテレワークの普及により働き手に時間的な余裕を生み出すことが重要であり、地域を問わず、テレワーク導入支援等を活用した環境整備や、DX促進のための政策的支援を活用しながら、引き続きテレワークが拡大していくことが期待される。

(図表 2-2-20 副業実施状況 (起業への関心度別))



(備考) 現在の有職者（休職中を除く）のうち、過去 6 年以上前起業者及び元起業者を除く 6,116 名を対象。

3. 個別ヒアリングの調査結果と施策の方向性の検討

ここでは、個人アンケート調査の結果・分析を踏まえて、移住起業者へのヒアリングを通じて明らかになった課題や支援ニーズを洗い出す。また、移住起業者への支援策の現状を把握するために実施した、自治体や民間の起業支援事業者及び地方銀行へのヒアリングから、支援制度の利用状況や運営における課題を洗い出し、今後移住起業を後押しする上で必要な施策の方向性を明らかにする。

(1) 移住起業のかかえる課題と支援ニーズ

移住起業者へのヒアリングでは、地方移住者のうち、感染拡大前²⁴に起業した6社、感染拡大後²⁵に起業した5社を対象に調査を実施した(図表2-3-1)。以下では、個人アンケート調査で把握しきれなかった、移住起業までの経緯・背景、移住・起業実施時やコロナ禍で直面した課題を深掘りし、支援ニーズを明らかにする。

(図表2-3-1 移住起業者ヒアリング実施先一覧)

| コロナ前起業者 |
|---|
| ○ 非営利活動法人 SET（岩手県陸前高田市、人材育成、交流・生活体験事業） 2011年3月に発生した東日本大震災の2日後に、当時の大学生による災害支援団体として設立。復興支援活動の過程で縁あって広田町に出会い、その後現在に至るまで、地域復興、住み良い地域社会の創造に向け、町に根付いて継続的な活動を続けている。 |
| ○ 株式会社リーピー（岐阜県岐阜市、IT） 東京で待機児童問題に直面したことを契機に、妻の地元である岐阜県へ移住。東京圏での仕事を退職後、1年間のフリーランスの活動を経て2013年10月に起業。「地方×インターネット」をテーマに、地方企業と自治体を中心に、Web政策と自社開発のプロダクトを開拓している。 |
| ○ 株式会社 VISIT 東北（宮城県伊具郡丸森町、観光振興） 前職で訪れた縁をきっかけに丸森町での移住起業を決意。地域おこしからもう少し視野を広げ、未来創造やクリエイティブな観点から自己実現したいという目的意識から、東北地方におけるインバウンド観光開発・プロモーション事業などを通じた、東北の地方創生実現を目的に2016年1月に設立。 |
| ○ 株式会社プロジェクトタネ（富山県高岡市、IT） 北陸を始め、全国ローカル各地のWebマーケティングの推進を目指し2016年4月に設立。東日本大震災を契機に自身のライフキャリアプランを見直し、東京圏での仕事を辞め、妻の出身地である富山県に移住。事業立ち上げ当初は移住先の企業で働きながら、副業としての起業からスタートした。事業を通じて富山県や石川県の移住施策に関わる支援にも携わっている。 |
| ○ Gigi 株式会社（福岡県福岡市、IT） 食事券（電子チケット）の送付や飲食店への先払いができるプラットフォームの運営を通じ、学生やコロナ禍で経営困難な飲食店などを支援することを目的に、2018年9月に設立。創業メンバー4名のうち1名が東京圏と福岡との二地域居住を実施している。 |
| ○ きら星株式会社（新潟県南魚沼郡湯沢町、移住支援、コワーキングスペース運営） 競争社会が生まれてくる源泉には、労働の需給バランスが壊れていることが問題としてあると考え、移住者を増やすことで地方活性化を図ることを目的に、2019年に設立。ワーク・ライフ・バランスを重視した上で湯沢町を拠点とし、移住から職業紹介までワンストップで支援。地域おこし協力隊を活用した移住起業の支援スキームも立ち上げている。 |

²⁴ 2020年2月以前を指す。

²⁵ 2020年3月以降を指す。

| コロナ後起業者 |
|--|
| ○ 南信州クリエイション株式会社（長野県下伊那郡豊丘村、地元農産物の冷凍・販売） 豊丘村地域おこし協力隊として2018年に長野県に移住。2020年4月に冷凍カットフルーツ工場を設立。地元の果物の魅力を高めるとともに、急速冷凍の新しい技術を用いて、果樹農家における選外品の廃棄ロス削減に取り組む。 |
| ○ 株式会社古座 MORI（和歌山県東牟婁郡串本町、サテライトオフィス運営） フィリピンの会計事務所も経営しながら、学生時代から南紀地方に訪れる縁と地域の人々との関わりがきっかけで、和歌山最南端の串本町を盛り上げるため2020年7月に新たに法人設立。本州最南端のシェアオフィスを運営し、企業の南紀進出や起業促進プロジェクトを実施。 |
| ○ SOMATAKA（高知県香美市、伝統工芸品の企画・販売） 地元にUターン移住したいという想いが先行し、移住先での仕事について検討していく中で、元々関心のあった起業が選択肢に浮かんでいた。土佐山田の地元産業である「土佐打刃物」が衰退しているのもったいないと感じ、土佐打刃物の製造・販売に携わることを決意し、2020年9月に設立。 |
| ○ 非営利活動法人 MEGURU（長野県塩尻市、人事・採用支援、キャリア教育） 塩尻市地域おこし協力隊への参画を通じて地元の中小企業の採用課題解決等に取り組み、2020年11月に設立。従来の仕事を継続しながら事業を行っている。塩尻市役所と業務委託契約を結び、20代～40代の移住者や関係人口を増やすとともに、地元の中小企業の人材不足を解消することをミッションとしている。 |
| ○ あわい株式会社（徳島県阿南市、地域商社） 東京で経営している観光事業の内、運営している宿の一つが徳島にあり、コロナ禍において立て直す必要が出たことをきっかけに徳島に移住。阿南市の事業者の物産を扱う地域商社として、2020年7月に阿南信用金庫と共同でジョイントベンチャーを立ち上げた。 |

（柔軟な公的支援制度）

個人アンケートの調査結果でも明らかになったように、移住起業に際して資金面の支援制度を利用した者は多い。移住起業者ヒアリングでは、特に、支援金・補助金利用にあたっての複雑なルールに手間取った経験や、利用可能枠が狭く申請ができなかつたこと、ビジネスコンテストは積極的に行われているが、起業そのものを支援する枠組みが無く苦労したことなどが聞かれた。資金の使途が自由なスタートアップ向けの支援金の拡充や、一時的に借り入れができる制度融資、金利優遇措置の拡充等、既存の支援制度の見直しや要件緩和を望む声が多い。また、現在の支援金制度は民間のものも含め、一般的に年度ごとに区切られているため、長期的なプロジェクトが対象になりにくいという点は、起業後の事業の継続性支援の観点から改善を求める声がある。

資金支援に限らず支援制度の申請時における手続きの煩雑さへの指摘も多い。移住起業者はテレワーク率が高いことや、起業関心者は起業時の申請手続き支援ニーズが高いことが個人アンケート調査結果からも明らかになったが²⁶、オンラインの活用による手続きの効率化及び書類の簡素化など、行政手続のデジタル化が急がれる。

移住の支援制度面での課題としては、地方移住の際に自治体のお試し移住制度や、空き家バンクなどの住宅支援制度を活用した者の割合が高いという結果が個人アンケート調査から明らかになったが²⁷、現状として、空き家はあっても賃貸として利用できる物件は無く、

²⁶ 24ページ図表2－2－1、38ページ図表2－2－14を参照。

²⁷ 34ページ図表2－2－10を参照。

家探しに苦労したとの声もあった。移住希望者にとって希望の物件が見つからなかつたことが原因で、移住先を他の地域に変更したという事例も聞かれ、移住者を取り逃すことのないよう、自治体においては空き家バンクへの登録内容を充実させる取組のほか、民間の不動産会社の紹介など、地域の状況に応じた物件探しのサポートの拡充が求められる。

(図表 2－3－2 移住起業の際に直面した課題と支援ニーズ（公的支援制度）)

- 特に起業補助金はいわゆる事業費にしか使えず、間接費に使える財源が非常に少なく、運営が厳しかった。補助金が大抵 1 年単位のため、長期的な戦略が立てづらいという状況。補助金を間接費に使用できれば、事業だけではなく組織の基盤を整えるために財源を使用できる。(SET)
- 起業初期において、オフィスを借りたり、器具を揃えたりとそれなりにお金がかかってしまうため、初期費用に充てられる資金支援制度があると利用しやすい。加えて、事業を継続してから数年経ち、追加的な資金が必要になるフェーズが多いため、こうした事業が軌道に乗ったタイミングでの支援金を定期的に申請しやすい制度があることが望ましい。(プロジェクトタネ)
- 起業支援金について、書類の簡素化や制度的に使いやすいものへの見直しを検討してほしい。補助金が利用できず、全部融資になってしまったので、資金調達面で苦労した。地方移住者や、地方起業者向けの補助金制度の拡充を図ることが効果的ではないか。(南信州クリエイション)
- 地方創生に寄り添い、地域に密着している金融機関においては、利率が低い創業融資や、自治体が起業する際の初期費用を支援する制度などがあることが望ましい。(あわい)
- 移住時の初期費用の支援制度があると利用しやすい。また、起業時の初期費用の支援制度も同様のことが言え、支援制度が充実していることは移住起業先としての選択肢となり得る。(Gigi)
- 起業と移住をセットにしたスキームの構築によるスタートアップ支援が効果的ではないか。一人が移住するメリットよりも、移住して起業し、そこでビジネスが生まれることで、より大きなスケールメリットが期待でき、起業移住という文化がよりはやるのではないか。(VISIT 東北)
- 起業当初は基本的に地域からの信頼が乏しいため、その地域にまず移住して起業したことに対する独自の認定制度があることで、地域からの理解を得られ、スムーズな移住起業を実現できるのではないか。認定制度は、その後の採用支援や資金支援等にプラスになるようなインセンティブがあることが理想的である。(株式会社リーピー)
- 起業支援金を受給したが、利用できる範囲がとてもわかりづらかった。県の担当者も支援金について取扱いに慣れておらず、起業支援金の制度自体はとても良いものなので、もう少し使い勝手が良いものであることが望ましい。また、支援金を受給してからでし

か起業ができないのが難点であった。(SOMATAKA)

- 事業計画のコンテストで受賞すれば補助金が支給されるという制度があったが、移住きっかけで起業した者は利用が難しい。移住前から確認できるようなビジネス情報の発信や、移住検討段階で起業相談ができる体制、お試し起業制度の構築等、移住前に地域に関わることのできる場がもっと必要なのではないか。(古座 MORI)
- 別の自治体の地域おこし協力隊の仲間は任期終了後に住む家が見つからず、その地域で起業したかったが実現できず他の地域に行ってしまった例もあり、非常にもったいない。(南信州クリエイション)
- 移住先での住まいをどうするか、どのような住まいがあり、移住先に住んだ際にどのような対応が必要になるのかについての情報提供がニーズとして存在する。さらに空き家を買ってセルフリノベーションをして住みたい、空き家を利用して事業を始めたい等、移住希望者には要望がたくさんあるのが現状。適切な物件が見つからない、物件を確保するのに時間を要するケースが多々あるため、物件探しのサポートがます必要なのではないか。(きら星)

(起業者育成支援)

次に、経営ノウハウに関する課題が挙げられる。個人アンケート調査の結果からは、起業関心者は経営に関する基礎的な知識、起業準備者及び起業者は経営に当たっての具体的かつ実務的な知識の習得への支援ニーズが確認されたが²⁸、ヒアリングでは、起業後の事業拡大には早期の経営ノウハウの習得が重要であったとの経験が聞かれた。起業セミナー実施に当たっては、起業の状況に応じた段階的な学習内容のプログラムの構築や、参加しやすいオンライン形式での開催などの工夫が求められる。

また、メンタル面について、起業経験者による伴走支援へのニーズも高く、先輩起業者とのコンタクトが可能な環境の整備により、起業活動のモチベーションの維持・向上の効果が期待される。移住起業前に「お試し起業」のような形で地域のビジネスを体験できる機会が移住起業に踏み切る上でのハードルを下げるために効果的であるとの意見もあった。個人アンケート調査でも、事業の実施場所を検討する際に、観光や仕事で訪れた場所であるといった、移住先に何かしらの縁があることで移住起業を決断するケースが少くない結果となっており²⁹、地域の積極的な情報発信・PRにより、地域との関わりの中で起業イメージを構想できるようにすることは、移住起業者を呼び込む上で有効と考えられる。

²⁸ 34 ページ図表 2-2-10、38 ページ図表 2-2-14 を参照。

²⁹ 32 ページ図表 2-2-8 を参照。

(図表 2－3－3 移住起業の際に直面した課題と支援ニーズ（起業者育成支援）)

- 戦略と戦術と組織とファイナンスについての経営ノウハウについて、起業当初のタイミングで習得できることで、スムーズな経営につなげられるのではないか。また、これらのノウハウは先輩起業者にしか教えられないのではないか。4つの経営要素を考えていくのは社長（経営者）のみであるため、生みの苦しみや失敗体験、成功体験、難しさ等をわかっている先輩起業者から承継することが望ましい。（VISIT 東北）
- 日々の売り上げや事業計画等、悩ましいところがとてもたくさんある中で、同じように事業をしている知り合いの起業者への相談が一番役立っている。（SOMATAKA）
- メンターとして、既に起業しているとか事業をやられていて引き上げてくれる者の支援が必要ではないか。特に若い層の起業関心者は、なにか新しいことを始めることや、イベントの立ち上げなど、まずは小さくても良いから形にしてみようということは得意な者が多く、フットワークも軽い傾向があるが、それをいかにスケール化させるか、法人化するかということに対してはハードルが高いという側面がある。このような起業を志す者に向けて、メンターによる伴走支援は効果的と思われる。（MEGURU）
- 経営、営業、マーケティング、財務関係をはじめ、事業計画をすべて一人で検討・準備しなければならない場合非常に苦労するため、起業準備からの支援は有用ではないか。（あわい）

(地域コミュニティとの関係構築支援)

地域コミュニティとの関係性構築という課題については、ヒアリングから、個人アンケート調査のみでは捉えられない実態が特に多く明らかになった。まず、移住者を受け入れる側からは、地域独自の習慣などに馴染んでほしいとの声がある一方、移住者側からは、移住者を毛嫌いする雰囲気を感じたり、誤解を受けたりするといった経験をしたとの声が聞かれた。また、起業に当たっては、地元で一緒に働くことのできる協力者やステークホルダーを確保するのに多大な労力を要するとの意見が多く挙げられた。

自治体においては、移住・起業を一連の流れと捉え、それをサポートするための地域の人的ネットワークを広げることが有効である。具体的には、移住起業者を自治会長や地域の民間企業、金融機関等に紹介することで情報交換や事業に関する相談につなげることや、その後も継続的に移住起業者をケアすることなどが求められる。

(図表 2－3－4 移住起業の際に直面した課題と支援ニーズ（地域コミュニティ形成支援）)

- 移住先に定着するためには、信頼できる金融機関や自治体職員、取引先、営業先等のステークホルダーを、どれだけ地域の中で増やせるか、地域での人脈形成が大切。しかし、移住起業者がこうした人脈形成をゼロベースから始めなければならないことは非常に

大変であり、金融機関から取引先まで含めて、人脈のサポートや紹介等の支援が必要なのではないか。(きら星)

- 地域で起業する場合は、とにかく人のつながりが重要で、起業後のステークホルダーとの関係構築にも影響するため、いかに地域に上手く溶け込めるかを意識することが重要。移住起業者は地域住民にとって注目の的となりやすく、その分囃話や誤解情報が出回ることも考えられるため、移住起業者にはコミュニケーション能力や、文化の違いを受け入れることのできる理解力や鈍感力が求められる。自治体側においても、移住者の移住後の様子をケアできる体制を構築することが、地域での人口流入が一過性のものになることを防ぐという観点からも大切である。(南信州クリエイション)
- 地方銀行等の金融機関が、資金面の支援以外でも、地域に根付いて起業したり、地域のハブとなったり、金融機関の持っている人的ネットワークをいち早く地域の起業者に提供したりすることが、移住起業者が仕事をしやすくなる環境づくりに有用ではないか。(あわい)
- 地域の民間企業や金融機関とのネットワークを形成することで、お互いの情報交換を促進する体制の構築は、起業者や地域全体のポテンシャルの伸びも期待できるという観点から重要なのではないか。(Gigi)
- 社会的なNPOへの理解度の低さも相俟って、活動内容について理解を得られなかつたり、誤解のようなものが広まっていたり、また、特にNPO法人が存在していない地域では、怪しいと思われ活動がしづらかったりすることもあった。地域コミュニティの形成に当たっては、最初はボランティアに参加することから始まり、交流事業を通じて地域住民との交流を広げ、市議会議員の活動を通じて事業者や自治体職員とネットワークを形成した。(SET)
- インバウンド事業からスタートしたが、東北地方にはインバウンド事業は根付いておらず、起業当初はもの珍しそうに見られていた。一方、東京圏にはノウハウが貯まっていたため、まずは東京圏在住の事業者とのつながりを求めてステークホルダーとのネットワークを構築し、ノウハウを習得した。その後地域に戻ってからは、起業した事業を加速させていくため、インバウンド分野に関心のある者を集めてコンソーシアムを形成し、積極的なPR活動を行ったことで、セルフプランディングができた。こうした取組は、同じ志を持った仲間が集まることにもつながり、地域内コミュニティ形成、業界コミュニティ形成にも発展した。(VISIT 東北)
- 事業者同士の人脈形成を図ることのできる機会があることが望ましい。(SOMATAKA)

(2) 移住起業者の地域活性化への波及効果

移住起業者へのヒアリングからは、移住起業者がデジタルツールを積極的に取り入れており、また、地方創生に効果を及ぼす取組を実施していることが明らかになった。移住起業者のこうした動向は地域経済活性化のみならず、地域との関係を深めることを通じてデジタル化を浸透させていくことや、関係人口を創出し、長期的に地域に人を呼び込む効果が見込まれる。

(デジタル化への対応)

個人アンケート調査の結果からは、移住起業者はテレワーク実施率が顕著に高く、新しい働き方を取り入れた柔軟な行動をとっていることが示されたが³⁰、個別ヒアリングにおいても、インタビューを実施した全対象者から、積極的にデジタル化を進めながら事業を行っているとの声が聞かれた。特にオンラインの活用は、コロナ禍で対面でのやり取りがはばかられる環境下であっても、リモートでのコミュニケーションによるステークホルダーとの関係性構築や、E C・ネット販売により商圏拡大を図ること等に寄与している。さらに、今後マーケティングの手段としてデジタル化を進めていきたいとの展望も聞かれた。一方で、リモートでは温度感を感じ取ることができないとか、議論してアイデアを生み出すことが難しいといったマイナスの面も挙げられ、今後はリモートと対面のハイブリッド形式のコミュニケーションが重要になっていくと考えられる。加えて、東京圏と比較して、移住先地域におけるデジタル化は遅れているとの声も多く、東京圏外におけるデジタル化の強力な推進が急がれる。

(図表2－3－5 移住起業者のデジタル化の活用状況)

- コロナ禍で販売を開始したこともあり、基本的にはオンラインショップで販路を開拓しており、デジタル化も積極的に推進している。(SOMATAKA)
- 海外との仕事をしていたこともあり、従来テレワークは活用していたが、コロナ禍において全国的にオンラインが一般化したことで、地域の枠を超えたつながりを構築できた。(古座 MORI)
- 感染拡大前までは、誰もが自治体の窓口に行き、移住相談をすることが主流であったが、起業当初から、当社の移住支援事業では極力非対面で相談ができるようにすることを心がけてきた。Web サイトやチャット機能を活用してネット上で多くの情報を発信し、足を運ばなくても情報を得られるようにするということが事業のベースとしてある。また、自治体の移住相談窓口の受付時間帯は、平日の会社員が働きに出ている時間

³⁰ 24 ページ図表2－2－1 を参照。

帯と重なっており、実際に移住をしたい者にとっては非常に不便だと思われる。このような状況を踏まえて、今後はチャットボットのようなＩＴツールを活用し、自治体の対応時間外であっても、移住関心者が好きな時間帯にいつでも相談ができるよう工夫している。社内においても、感染拡大前から非対面を心がけて事業を行っていたため、オンラインツールを活用した面談や、移住相談を受ける体制が構築できている。プロジェクトのメンバーとも、オンラインツールを活用した情報共有ができているため、自治体に提出する補助金の書類等以外はほぼデジタル化している。(きら星)

- 自治体へは、地域あるいは店舗のDX支援の拡充を期待している。(Gigi)
- 効率的に関係人口としての関心者にアプローチするために、関心者の属性や、どのような情報をどのようなタイミングでリーチすると効果があるのかについて、AIの分析や自動レコメンドができることが理想。また、地域経済循環率の向上の経緯やその効果の検証について、質的な調査は現状ではアンケートでしか把握できていないが、それがデジタル化を取り入れることによって解決できないかという問題意識は持っている。(SET)
- フレキシブルな働き方を受け入れることで、結果を出すために一番必要なシフトや体制を構築しようとしている中で、フルテレワークを容認している。地方の企業における、柔軟な働き方を容認する取組は、東京圏企業と比較して遅れていると感じる。逆にオンライン化が進んだ中であっても、リアルならではの良さや、Web事業においてもこういったものにはリアルが必要だという部分がある。即時性を求めるようなやり取りや、少しわからないからすぐ解決したい事柄等は、オンラインはとても便利になった一方で、じっくり議論する場面や、アイデアを共同で考える場面は、対面の方が、効率が良いため、ハイブリッド形式でバランスのとれたコミュニケーションを取ることが必要。このハイブリッドを実現できることが、移住起業者が地域に寄り添う意味でもあり、フットワークの軽さが重要であるため、対面でのコミュニケーションも大切にしている。(プロジェクトタネ)
- 業務委託やパートナースタッフすべてのメンバーが、基本テレワークスタイルで事業に関わっている。販路に関しても、ネット販売各社の登録を適宜進めていき、インターネットの販売チャネルを増やしている。商談会等も含め、移動費も時間もコストとなるため、デジタルツールを活用した商談会や営業活動を都市部の方や、外部の方とできるのであれば、積極的に取り入れていきたい。一方で、テレワークでできることもあるが、地域密着型の活動をしていることから、事業者への対面の営業活動は絶対に外せない。商品開発のヒアリング始め、営業活動は必須で、ビジネスモデルや、ビジネススキームを完全に確立できていないうちは、現地側で密にコンタクトを取りながらできるメンバーが、テレワーク時代になったとはいえる必要である。(あわい)

(関係人口づくり)

前述のように、アンケート調査から、コロナ禍においてテレワーク実施率が向上し、キャリアを見直す時間的余裕ができたことで、副業や、移住起業へつながっている可能性が示唆されるものの、移住・起業のハードルは依然として高い。そのため、移住や起業を実行することが難しい環境下にあるものの、地域課題解決への関心の高い者に副業・兼業人材として地域の仕事を依頼する「ふるさと副業」等の実施を通じて、関係人口として地域に携わることができるようにするための支援も重要である。個別ヒアリングでは、プロジェクトごとに期間を設定して都市部人材を地域の仕事にマッチングさせる取組や、地域の物産、観光を関係人口づくりのきっかけとする取組が紹介された。

また、農山漁村体験、地域留学等、若者の地域での体験の機会づくりに関する取組も聞かれた。こうしたアプローチは、地域が抱える課題についての問題意識を養い、中長期的に地域への継続的な人流をつくるという観点から効果的と考えられる。小中学生など青少年期から地域の企業の仕事や、地域の魅力について深く知ることで、地域への関心・愛着が増し、将来的に地域と関わる機会を増やすことにつながる。また、アントレプレナーシップ教育の機会が少ない日本において、地域の起業者による講演や、キャリア教育において起業を選択肢として提示する働きかけも有益と思われる。なかでも、地方大学におけるアントレプレナーシップ教育は地域の課題解決に取り組む若者人材を育てる上で効果的であると考えられる³¹。

個別ヒアリングでも、事業の中で関係人口を増やす取り組みや、関係人口へのアプローチの重要性についての意見が挙げられたが、このような中長期的なスパンでの地域の担い手の育成に、自治体と起業者が連携して取り組むことで、地域経済の活性化や将来的な移住・起業の増加につながることが期待される。

(図表2-3-6 関係人口づくりへの取り組み)

- 関係人口創出事業として活動している「MEGURU プロジェクト」では、関係人口になり得る者にきっかけづくりを提供しており、移住・起業関心者は、まずはお試しで3ヶ月間リモート副業のかたちで地域課題解決に関わることができる。人数規模もプロジェクトごとに1~2人程度で構成しており、プロジェクトが増えていけば「関わりしろ」の増加が見込める。これらのプロジェクトをどう増やしていくのかという点は課題で

³¹ 実際に山梨大学では、学生時代から、起業者教育コミュニティ型の寮に住み、県内外の起業者がメンターとして寮生を支援する体制が整備されている。学生の起業者は山梨県に貢献したいという、社会課題解決型がほとんどであり、彼らの存在に影響を受け、更なる起業者を輩出するサイクルを生み出している。大学卒業後は副業として起業をするか、事業が軌道に乗っていれば起業した事業に専念する。また、山梨大学内には、起業のサテライトオフィスも存在する。起業者が入居し、学生との交流を通じて、起業者による学生の採用や、学生とのコラボレーション、フリーランスとして発注するといった動きも今後期待される。

あるため、今後はその課題を発掘していき、「関わりしろ」を作っていくところに注力していきたい。(MEGURU)

- 様々なプロジェクトを仕掛けながら人流をつくるというのが大きな方向性としてある中で、観光を軸とした取組を展開させていきたい。ただ観光といっても、長い期間に渡り何度も関わることができるような、まさに関係人口を増やすためのサービス提供を検討したい。(古座 MORI)
- その地域のいろいろな商材・良い物をまずは買ってもらい、地域の良さなどについてのストーリーを伝え、物で地域を体感いただくことで、その後徳島という場所に観光として来てもらう。ツーリズムの事業だけでなく、物を売るという地域商社も営むことにより、商品を手に取った人に旅をしてもらい、地域の良さを知ってもらう、そしてその地域に愛着を持ち、また旅に来るという循環が作れたら良いなということが、旅の事業と地域商社の事業を立ち上げようと思ったきっかけである。(あわい株式会社)
- 全国の大学や専門学校に求人票を出し、新卒社員を全国から採用している。(リーピー)
- 国立大学との事業で学生のキャリアプランについてのセミナー兼交流会を実施。また、東京にいながら一部地域での仕事を手伝う「お試し転職」のような働き方も推進している。(プロジェクトタネ)
- 陸前高田市で活動していたノウハウを活かし、現在は近隣の他自治体へも活動拠点を増やしており、交流人口・関係人口を増やすための活動拠点は更なる拡大を見込んでいる。また、活動の原点となる同市広田町は岩手県最大規模の民泊修学旅行受け入れ地域となり、感染拡大の影響で中止になる直前までは、年間で関東圏を中心に4,000人の中高生を、主に民泊を利用した修学旅行で受け入れていた。その他、中高生が自身と地域の未来を県外の大学生とともに切り開いていくキャリア教育プログラムを実施。(SET)

(3) 自治体へのヒアリングを通じた地域別モデルの分析

前述のように、移住起業者のニーズに応え、地域の担い手を継続的に創出していくためには、各自治体が主導的な役割を果たして移住起業者を全面的に支援する体制を整えることが期待される。ここでは、現在積極的に移住起業者を受け入れる環境づくりを実施し、移住起業を支援している自治体へのヒアリングから得た自治体個別の移住・起業支援の取組状況について整理する。人口規模や地理的条件等の地域の特徴ごとに支援策の重点や方向性には違いがみられ、ヒアリング対象自治体の取組は、地域の特徴によりカテゴライズした「移住起業促進モデル」の事例として捉えることができる。各事例において特に工夫がみられる取組を深掘りすることで、地域の特徴に応じた自治体の具体的支援施策の検討の参考にできる点を明らかにしたい。

(図表 2－3－7 移住起業促進の地域別モデル)

| 東京圏近郊モデル | |
|------------------------|---|
| 該当地域 | 東京への交通の便が良い地域 |
| 地域の特徴 施策の重点 や方向性 | <ul style="list-style-type: none"> ・北関東や長野県等の新幹線沿線など、東京への交通アクセスが良い地域 ・テレワーク普及を背景に、東京圏からの転職なき移住や二地域居住が多い ・若年層や子育て世帯の移住促進に重点 |
| 事例・ 具体的な施策 のポイント | <ul style="list-style-type: none"> ● 長野県庁 <ul style="list-style-type: none"> ・移住支援ポータルサイト、インキュベーション施設、減税、補助金など自治体独自メニューが充実 ・長野市・松本市を起業者を呼び込む拠点とし、広く県内への事業活動の展開を支援 ・様々な属性の移住・起業者を受け入れ可能な反面、他県の自治体との差別化が課題 |

| 大都市モデル | |
|------------------------|---|
| 該当地域 | 大都市圏の主要都市 |
| 地域の特徴 施策の重点 や方向性 | <ul style="list-style-type: none"> ・大阪圏、名古屋圏の主要都市や福岡市など大規模都市の所在する地域 ・大都市の基盤を活かした幅広い施策を展開 ・グローバル拠点都市として海外ともつながり、スタートアップ支援にも注力 |
| 事例・ 具体的な施策 のポイント | <ul style="list-style-type: none"> ● 神戸市役所 <ul style="list-style-type: none"> ・渋谷区をはじめ全国各地の自治体との連携や、施策内容の横展開に積極的 ・起業を目指す者と自治体、起業を支援する企業がオンラインで交流できる仕組みを構築 ・多様な支援メニューを整備している反面、効果的・効率的な支援策の見極めが課題 |

| 地方都市モデル | |
|------------------------|---|
| 該当地域 | 大都市圏から遠隔の中小規模都市 |
| 地域の特徴 施策の重点 や方向性 | <ul style="list-style-type: none"> ・東京圏や地方大都市圏から地理的に離れ、人口減少・過疎化、産業の衰退など持続可能性の困難に直面する地域 ・自治体が専門人材の登用や官民連携を通じて取組を積極化 ・地域の魅力を発信する情報提供・PR活動や、移住支援策（お試し移住・体験ツアーなど）が充実 ・移住・定住から起業支援まで一貫して支援する体制が構築されつつある ・厳しい財源の制約から、ターゲット層に応じた支援策の絞り込みが必要 |

| | |
|----------------|--|
| 事例・具体的な施策のポイント | <ul style="list-style-type: none"> ● 日南市役所 <専門人材登用モデル> <ul style="list-style-type: none"> ・観光収入が低迷、地域課題解決に早期から取り組む ・働く場の創出、商店街再生等の地域課題を設定 ・地域活性化担当の市役所専門官等を公募採用し、<u>シャッター商店街の再生・IT企業誘致に成功</u> ・移住関心者のニーズに沿った情報発信 ・お試し移住向けに無料で短期滞在できる住宅設置 ・市外出身者を地元企業の右腕人材として育成 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● 丸森町役場（宮城県伊具郡） <官民連携モデル> <ul style="list-style-type: none"> ・地域おこし協力隊受入れ人数が全国トップクラス ・町の資源・環境を活用する移住起業者誘致に重点 ・地域おこし協力隊を活用した<u>起業支援の官民連携「まるまるまるまるもりプロジェクト」を実施</u> ・民間と連携し、移住相談窓口と起業サポートセンターをワンストップで運営 ・町役場主導で人的ネットワーク形成を手厚く支援 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ● 秋田県庁 <県・市町村連携モデル> <ul style="list-style-type: none"> ・高齢化率全国ワースト、開業率伸び1位（2020年） ・人口減・高齢化に対しチャレンジする人材を誘致 ・市町村、商工会議所等との移住促進協議会を運営 ・移住・起業支援を一体化した「ドチャベン（土着ベンチャー）」事業により伴走支援等を実施 ・移住支援の総合ポータルサイトによるPR ・県内の協力隊・起業者間ネットワーク形成支援 |
| | |

| 復興地域モデル | |
|------------------------|---|
| 該当地域 | 大災害の被災地 |
| 地域の特徴 施策の重点 や方向性 | <ul style="list-style-type: none"> ・被災により人口流出や産業衰退が加速し、持続可能性の困難が急速に顕在化した「課題先進地域」 ・復興支援をきっかけとする移住者が自ら起業したり、新たに移住起業者を呼び込んだりしている ・復興支援ボランティアなどの関係人口が多い |
| 事例・ 具体的な施策 のポイント | <ul style="list-style-type: none"> ● 石巻市役所 <ul style="list-style-type: none"> ・復興支援をきっかけとする移住起業者を中心に移住起業者コミュニティが形成 ・自治体は全国各地の自治体と知見を共有。人員が不足するなかで、<u>民間団体と支援事業を分担</u> ・ふるさと納税などを除き、関係人口創出のための具体的な事業が少ない |

(東京圏近郊モデル)

地域モデルの一つ目として、長野県を「東京圏近郊モデル」として取り上げたい。東京近郊圏は地理的な近さから東京圏に住む者が関係人口になりやすく、移住のハードルも比較的低い。このため、コロナ禍でテレワークが普及したことを背景に、東京圏から近く交通アクセスのよい東信地区（軽井沢町、佐久市、上田市等）には若年層や子育て世代を含め、東京圏から移住や二拠点居住が増加している。同様の状況は、北関東の東京へのアクセスの良い地域にも特徴的に見られ、「東京圏近郊モデル」として捉えることができる。以下では、県内で東京圏へのアクセスが良い地域以外も含めた長野県の移住起業支援の現状について紹介する。特に産業活性化に関しては、長野市や松本市を拠点として、広く県内への波及効果を念頭に置いている点で、県レベルで東京への近さというメリットを最大限に活用しようとする取組となっている。

まず、移住支援の取組として、長野県には「田舎暮らし楽園信州推進協議会」が設置されており、県内の77市町村のうち76市町村のほか、金融機関や他県の協議会等、28の民間

団体が参画している。この協議会の中で、移住推進を図るためのイベントなどを合同で行っている。また、南信地区では、移住者が移住後に地域に馴染み、溶け込むための移住支援として、「移住モデル地区」の認定制度を設けている³²。現在5地区がモデル地区に認定されており、移住希望者が移住実施前から移住後まで様々な支援を行っている。加えて、「信州暮らしパートナー」として、移住希望者にパートナーを紹介する人的ネットワーク支援を行っている。このパートナーは先に長野県に移住した先輩移住者20名程度のボランティアから成り、行政目線ではないかたちでアドバイスが受けられる環境づくりを意識した取組である³³。また、長野県への移住では、東京圏へのアクセスの良さを利用した二地域居住のケースも増加しており、「ニブンノナガノ」³⁴を通じて二地域居住を促進する取組も展開しており、ワーク・ライフ・バランスを重視した自由な暮らし方が可能になりつつある。

さらに、長野県がSociety5.0時代を共創するIT人材・IT産業の集積地“信州”を目指す「信州ITバレー構想」³⁵の中には、「信州スタートアップステーション」³⁶と呼ばれる起業支援拠点の事業や、アクセラレーションプログラム、ワーケーションのような関係人口を増やす取組なども付随して存在している。具体的に、「信州リゾートテレワーク」³⁷というワーケーション事業では、11市町村をモデル地域に指定し、ロールモデルとして他市町村に発信している。新しい働き方の促進に当たっては、「おためしナガノ」³⁸において、県内のコワーキングスペースで働くことのできる事業を展開しており、コロナ禍の影響もあいまって、申請は増加傾向にある。さらに、「チャレンジナガノ！」³⁹において、地域課題解決型の東京圏のスタートアップ企業を誘致し、協業することを目的とした事業を複数の地域で行っている。「信州スタートアップステーション」は長野市、松本市に拠点を置くが、これらの様々な取組に関して複数の市町村が関わっており、幅広い市町村の中で連携しながら地域の魅力を活かして産業を発展させていくという観点から地域経済活性化を図っている。

移住支援金は通常、東京23区からの移住者のみが対象だが、長野県独自の対応として、愛知県、大阪府などの中京圏、関西圏からの移住者も移住支援金の対象としている⁴⁰。また、一部の市町村では、県の上乗せ補助として対象を広げた支援金制度を打ち出している。また、

³² 長野県「移住者の溶け込み支援に積極的に取り組むモデル地区について」
(<https://www.pref.nagano.lg.jp/iju/161021happyou.html>) を参照。

³³ 田舎暮らし「楽園信州」推進協議会（長野県）「信州暮らしパートナー」(<https://www.rakuen-shinsyu.jp/modules/partner/>) を参照。

³⁴ 長野県「ニブンノナガノ」(<https://nibunno-nagano.jp/>) を参照。

³⁵ 長野県「信州ITバレー構想」

(https://www.pref.nagano.lg.jp/service/shinshu_itvalley/index.html) を参照。

³⁶ 長野県「信州スタートアップステーション」

(<https://www.pref.nagano.lg.jp/keieishien/sangyo/shokogyo/sogyo/sss.html>) を参照。

³⁷ 長野県「信州リゾートテレワーク」(<https://shinshu-resorttelework.com/>) を参照。

³⁸ 長野県「おためしナガノ」(<https://otameshinagano.com/>) を参照。

³⁹ 長野県「おためし立地チャレンジナガノ！」(<https://challenge-nagano.com/>) を参照。

⁴⁰ 長野県「U I Jターン就業・創業移住支援事業のご案内」

(<https://www.pref.nagano.lg.jp/rodokoyo/sangyo/rodo/koyo/kyufukin/20190401.html>) を参照。

長野県には全国で唯一、「創業等応援減税⁴¹」として、創業した者や東京に拠点がある企業が長野県に新しく拠点を設けた際の法人事業税の免税・減税制度を設けており、補助金の申請条件の緩和などを先駆けて対応するなど、資金面での支援の差別化を図っている。

資金面以外の起業支援では、起業相談窓口として、県内に「信州スタートアップステーション」を設置するだけでなく、都内のアンテナショップ「銀座 NAGOANO」と連携した起業相談窓口を設け、出張相談のようななかたちで東京圏在住の起業希望者の相談を受けることのできる体制も構築している。さらに、「信州スタートアップステーション」で先輩起業者の紹介などを行い、移住起業をしやすくするためのアドバイス等が受けられる機会を設けている。移住起業者からのヒアリングでも、先輩起業者とコミュニケーションを図ることのできる環境の重要性が確認されたが、長野県では行政主導でこうした移住・起業双方の伴走支援の体制が構築されており、移住起業者ニーズに寄り添った施策が展開できている。

また、長野県は移住・起業希望者への魅力発信の面でも、先進的な取組を実施していることがうかがえる。長野県移住ポータルサイト「楽園信州」⁴²をはじめ、移住創業総合 Web メディア「SuuHaa（スーサー）」⁴³を設けている。この総合 Web メディアは 2021 年 3 月に開設し、移住者のうち特に若者をターゲットとした情報提供をしている。このサイトを通じた資料請求もコロナ禍で増加傾向にあり、加えて 7 割近くが 20 代、30 代と若者からの資料請求となっているといい、PR 戦略に見合った成果を生み出しつつある。

デジタル化推進の観点からは、県内企業の DX を促進し、サービスの付加価値を高めることを目的として、2019 年に「信州 IT バレー構想」が策定された。産官学連携で県全体のデジタル化に向けた積極的な動きがみられるが、長野県としては、よりスピーディーな対応が必要であるとの課題認識を持っている。「スタートアップステーション」や「チャレンジナガノ！」の取組の中でも、東京圏のデジタル企業を誘致し、県内の DX 推進を図る施策の強化を検討している。

（大都市圏モデル）

次に、「大都市圏モデル」として兵庫県神戸市を取り上げたい。大阪圏、名古屋圏の主要都市や福岡市などは、大都市ならではの基盤を活かした幅広い施策を展開している点で共通の特徴がみられ、「大都市圏モデル」として捉えることができる。神戸市は、2025 年までに 1,000 社のスタートアップ支援を目標に掲げる等、スタートアップ支援に注力しているほか、グローバル拠点都市として、国際的な視点からの施策を充実させている⁴⁴。

首都圏や近隣都市などへの人口流出を課題認識として持つ神戸市は、移住者が移住後も

⁴¹ 長野県「創業等応援減税のご案内」

(<https://www.pref.nagano.lg.jp/keieishien/sangyo/shokogyo/keiei/genze.html>) を参照。

⁴² 長野県移住ポータルサイト「楽園信州」(<https://www.rakuen-shinsyu.jp/>) を参照。

⁴³ 長野県「SUUHAA」(<https://suum-haa.jp/>) を参照。2020 年度には日本グッドデザイン賞を受賞した。

⁴⁴ 神戸市「神戸 2025 ビジョン」(令和 3 年 4 月策定)

定住することを目指した支援に取り組んでいる。具体例として、神戸市は地域おこし協力隊の対象外地域であるが、「神戸版地域おこし協力隊」を設けて、首都圏など神戸市外から移住者を呼び込み、里山を中心に地域活性化につながることを期待している。将来的には、移住者が定住しコミュニティを作り、さらに移住者を呼び込むような持続可能な地域づくりを期待している。神戸市は都市部ではあるが、隣接している山や海の自然豊かさ、都市の利便性の両方を兼ね備えた都市である。都市部に住みたい、郊外の住宅地でゆっくり子育てしたい、農村・里山で今までと違った生活スタイルと都市へのアクセス両方を重視したい、といった多様なニーズに対応できるとして、積極的な情報発信、施策を進めている。2021年3月に立ち上げた移住定住Webサイト「こうべぐらし」⁴⁵は、神戸市での暮らしのイメージがつかない移住関心者に対して、いまの神戸の動き、リアルな暮らしを発信している。近年は不動産企業とも連携し、港町のイメージだけでなく、里山、郊外の住宅地、三宮の再生、各地域での駅前リノベーションも紹介している。

起業の観点からは、神戸市は若者の起業や将来の雇用を増やしてくために、起業者やスタートアップ誘致も含めて起業施策を実施してきた。しかし、ヒト・モノ・カネが中長期的に東京に流出してしまう傾向にある。また、スタートアップにはエンジニアが必要だが、人材が豊富ではなく、成長した起業者の定着が難しい。移住者同様、起業者にも神戸市で事業成長を図り、経済効果、社会的な波及効果を見据えて定着してもらうことが非常に重要であるため、地元企業との連携にフォーカスした施策にシフトしつつある。「Urban Innovation KOBE」は、公募によって決定したスタートアップとともに市の抱える課題を協働して解決する日本初の事業である。この取組は、「Urban Innovation JAPAN」⁴⁶として同じスキームを全国約15自治体に横展開した。また、2021年から渋谷区とスタートアップ支援に向けたエコシステム構築に関する連携協定を結んでおり⁴⁷、渋谷区のスタートアップに、神戸市にて実証実験の場を提供している。事業推進に当たっては、神戸市内の大企業も参画している。

このように、大都市圏モデルの中でも神戸市は移住・起業施策に当たって他の自治体、民間組織、公的機関との連携をさかんに実施していることが特に先進的である。予算的な事情や人材の不足など、自治体のみでは対応しきれない課題にも、官民連携の下地域が一体となって取り組むことで、早期解決や地域経済活性化につながると考えられ、効率的なアプローチと言える。また、他の自治体との連携により、単体では浮かばなかった画期的な発想や、スケールの大きな施策を講じることが可能になる。他の自治体への成功事例の共有と施策の横展開により、移住起業者が移住先・起業先を選定する際の選択肢も広がることが考えられる。また、地域や組織の枠を超えた人材交流は、自治体職員がベーシックなスキルとしてマーケティングノウハウを習得できるなど、自治体職員の学びの場の提供と、地域経済活性化意識を高める機会にもなり得る。全国各地の自治体職員が協力しあい、刺激を与えあう環

⁴⁵ 神戸市「こうべぐらし」(<https://kobe-life.city.kobe.lg.jp/>) を参照。

⁴⁶ 「Urban Innovation JAPAN」(<https://urban-innovation-japan.com/>) を参照。

⁴⁷ 神戸市・渋谷区「スタートアップ・エコシステム形成に関する連携協定」(令和3年7月6日締結)

境づくりの促進が期待される。

(地方都市モデル)

ここでは、地域課題解決に向けて先進的に取組を実施してきた地方の3自治体を取り上げる。これらの自治体は東京圏や地方大都市圏から地理的に離れ、人口減少・過疎化、産業の衰退など持続可能性の困難に直面している中で、将来ビジョンを持って地域課題や呼び込みたい人材を明確化させ、自治体の人材登用や官民連携により支援体制強化を図ることで移住起業支援に積極的に取り組んでいる点で共通の特徴がみられ、「地方都市モデル」として捉えることができる。

<日南市>

宮崎県日南市は、地域の過疎化に課題認識を持ち、長期的視点から「人づくりこそがまちづくり」との考え方の下で、市民のニーズに寄り添った施策を早くから展開してきた。日南市は感染拡大前から、「ローカルベンチャー協議会」⁴⁸に参画し、地域経済活性化に取り組んできた。その一環として、かつて、地元の油津商店街は空き店舗が増え、家賃補助等の対策は講じていたものの、補助期間が終わると撤退してしまい、シャッター商店街となっていたが、2013年から、公募による外部人材の活用を始め、店舗の誘致に成功した。また、日南市内の求職者のうち、事務職への求人が多かったことから、事務職の雇用創出が期待できるIT企業誘致を実施したところ、当時の日南市の企業誘致の対応の早さが評価され、現在に至ってもIT企業の定着がみられる。起業支援の面では、日南市外から市内企業の右腕となる人材を呼び込み、一定期間経ったら独立・起業するまでをサポートする体制を構築している。日南市の資源をうまく活用できる人材を「一本釣り」することで地域経済活性化を目指している。

移住支援についての独自施策として、「移住定住コンシェルジュ」と呼ばれる移住相談専門員を民間企業への委託で設置し、町内会への挨拶や地域住民との接点を持つことのできる機会を形成している⁴⁹。加えて、「空き家カウンセラー」として地域おこし協力隊を空き家の相談専門員として配置し、空き家の所有者と活用希望者の引き合わせをしている。地域住民との間に入る相談専門員を配置する体制を構築したことで、地域住民とのコミュニケーション接点作りをサポートしている。また、お試し移住のための移住促進住宅を設定している。

施策の検討においては、新しいニーズを積極的に捉え、取組に改善を講じていることがうかがえる。例えば、地域の魅力発信の面では、かつては、地域の食や景色といった観光要素

⁴⁸ ローカルベンチャー協議会事務局（NPO法人ETIC.）「ローカルベンチャー協議会」
(<https://initiative.localventures.jp/>) を参照。

⁴⁹ 日南市「移職住」(<http://www.nichinan-uji.jp/ishokuju/>) を参照。

の強い情報発信が中心であったが、感染拡大を契機に移住への関心が高まっていることを踏まえて移住に関するアンケート調査を行ったところ、買い物や病院等生活に関わる情報を求める声が多かったため、必要な生活インフラがそろっているという魅力の発信を重点化し、他自治体との差別化を図っている。

<丸森町>

宮城県伊具郡丸森町では、日本創成会議の推計結果⁵⁰によって「消滅可能性都市」が発表された2014年以降、移住・起業支援施策を本格化した。少子高齢化に歯止めがかからず、移住者を増やすにも限界があるという認識の下、いかに町民が楽しく暮らせる環境づくりができるかを最優先課題として、長期計画の下で様々な施策を展開している。

地域おこし協力隊の受け入れ人数が東北トップクラスの丸森町では、協力隊員、町役場職員、協力隊員を受け入れる団体を中心とした地域コミュニティが形成されており、情報共有などを随時行っている。「せっかく丸森町を選んできてくれたのだから、さみしい思い、後悔をさせたくない」という想いで、町づくりをする移住者を受け入れる土台を固めようと、町役場が主体となってこうした地域コミュニティ形成に取り組んできた。現在は起業者のみのネットワークにとどまらず、イベントなどでボランティアを募ると協力者が集つてくるような起業者を取り巻くネットワークが形成されている。地域課題解決型の移住起業者は、地域住民と一緒に何かをやろうとし、また、こうした移住起業者に刺激されて、町民も新しいことを立ち上げようとしていることで、相互理解につながっており、地域経済活性化に向けた好循環がみえてきている。

地方創生の取組が全国的に行われる中、丸森町では、まず2015年に起業相談窓口を設置することから取組が始まり、最初は、都市圏で丸森町にゆかりのある人々を集めたイベントを開催していたが、手応えが無く、また、企業誘致を試みたものの限界があったことから、2017年からは地域おこし協力隊の制度を使い起業者を誘致する「まるまるまるもりプロジェクト」を開始した。同プロジェクトは、「町の資源、環境に対してビジネスアイデアを持つ起業者」を町外から募集し、起業者が町に暮らしながら新たな仕事を創出することを目的とした移住起業支援事業であり、官民連携で実施していることが大きな特徴である⁵¹。ベンチャー支援の専門家による事業化に係るアドバイスや、仕事づくりのためのプランディング企画などの支援を提供しているほか、丸森町から毎月の地域協力活動への報償があり、最大3年間支給で生活を支援している。官民連携により改善に取り組んできたという経緯がうかがえる。

移住・起業相談にあたっては、ワンストップ窓口での対応を強化している。まず、丸森駅の中に移住相談窓口「じゅーぴたっ」⁵²を併設し、移住相談や空き家紹介が可能になっている。

⁵⁰ 日本創成会議・人口減少問題検討分科会（2014）

⁵¹ 丸森町「まるまるまるもりプロジェクト」(<https://marumarumarumori.jp/>) を参照。

⁵² 丸森町「まるもり移住・定住サポートセンターじゅーぴたっ」(<https://ju-pita.com/>) を参照。

起業支援では、丸森町のランドマークとも言える齋理屋敷を改装してコワーキングスペースとし、起業相談窓口「丸森 CULASTA（クラスタ）」⁵³を開設しており、事業プランや収支計画のアドバイス、専門家紹介などの支援を実施している。丸森 CULASTA 主催の起業支援ゼミナールを受講し卒業した者は、登録免許税の軽減等の優遇措置を受けることができる。

丸森町はデジタル化にも積極的であり、オンラインのメリットを地域に活かそうとしている。ハード面の支援として、町内全域に光ファイバー網を整備したことによって、町内全域でブロードバンドサービスを享受できる環境を構築した。ソフト面としては、2019年10月に発生した台風災害前までは、町民を対象にしたパソコン研修を実施するなど、高齢者等のデジタルディバイド（格差）の解消に取り組んでいる。

＜秋田県＞

秋田県は、2020年時点で開業率対前年の伸びが全国トップとなった⁵⁴。高齢化・人口減少が非常に進んでおり、自らを「過疎化先進地」であるとの認識の下、地域に根差したローカルベンチャーの立ち上げを支援し、「地方をチャレンジの場」と捉える人材の誘致に取り組んでいる。

特に、移住と起業を一連の支援として施策を講じていることが特徴であり、2015年以降、地域資源を活用した移住起業の支援を目的として、起業家応援プログラム（「ドチャベン」⁵⁵）事業を実施している。具体的には、コンテスト形式により秋田で実現可能性のある起業の案を募り、現地でのフィールドワークやメンターによる伴走型支援を行うものである。提案内容は、秋田県で起業し、最終的に移住起業を実現させることを目的としているが、移住に至らない関係人口としても参加可能である。ドチャベン事業では、ビジネスプランを作る段階から、地域キーマンとつながりを持てるよう地域交流機会を設けてスムーズな起業の促進を図っており、2015年の開始以来、過去に約30名の移住起業者を生み出している。

また、地域おこし協力隊の経験者が移住起業を実現しているケースが多い。県主導で地域コミュニティ形成支援として「秋田県地域おこし協力隊ネットワーク」を運営し、SNSを通じて協力隊の起業相談にも対応できる体制を整えていることが功を奏しているといえる。さらに、年1回、秋田県内の起業者が一堂に会しての起業者交流フェスタを開催しており、起業者同士が自然と横のつながりをとっている様子もみられる。このように地域コミュニティ形成支援に注力している点も特徴的である。

また、県のウェブサイトを一新し、移住・定住総合ポータルサイト「秋田暮らしはじめの一歩」により首都圏向けにプロモーションを実施するなど、地域の魅力の情報発信を強化している。

秋田県の人口減少や少子高齢化などの社会課題は深刻だが、これを肯定的に捉え、解決し

⁵³ 丸森町「丸森 CULASTA」(<https://marumori-startups.com/>) を参照。

⁵⁴ 7ページ図表1－2－4を参照。

⁵⁵ 秋田県「ドチャベン2021」(<https://www.dochaben.jp/>) を参照。

なければならない社会課題がたくさんあるということは、起業者等にとって活動のしやすいフィールドになるのではないかとの発想の下、各種の施策に取り組んでいると言えよう。

(復興地域モデル)

最後に、「復興地域モデル」として宮城県石巻市を取り上げる。石巻市は東日本大震災の最大の被災地の一つであり、人口は震災前の約17万人から現在約14万人まで大幅に減少した。全国規模で人口減少は共通課題であるが、石巻市は人口減少の抑制や、他都市からの移住促進をミッションとして掲げ、「新しい石巻市を一から作れる」というコンセプトの下で、これから起業しようとする者の支援に取り組んできた。震災前の石巻市の状態に戻すという考え方ではなく、起業者を受け入れ、地域にも刺激を与えながら、新しく面白い町を作っていくことに注力している。

復興ボランティアの中から多くの移住・定住者や起業者が生まれ、街の中には移住起業者コミュニティが形成されている。市内の起業者全体のうち、起業から5～9年経過した者が50%を超えている。震災直後は、家屋を立て直すことの重要度の高さから、不動産関係の起業者が多くいたが、現在は、復興支援目的ではなく、ジビエ、マリンスポーツ等、石巻市の地域資源を活用した起業が目立つ⁵⁶。

起業に対する石巻市独自の支援として、地域課題提案型の地域おこし協力隊により移住・起業を推進している。移住支援については、不動産屋の紹介や、空き家バンクの情報提供をしており、また、移住者が希望する業種に合わせて、それぞれの地元の担い手事業者を紹介すること等にも対応している。移住起業支援に当たっては、石巻を拠点に様々な取組や情報発信の担い手として活動する一般社団法人 ISHINOMAKI 2.0などの民間団体との連携や、事業分担を通じて施策を講じてきた。代表的な取組の一つとして、石巻市移住定住サイト「いしのまきを選ぶ」⁵⁷では、移住や子育て支援等生活面に関する情報を発信し、相談窓口を設けて、お試し移住を推進している。このように、石巻市が民間との連携により移住起業支援施策を講じてきているのは、自治体の人手不足への対処という背景もある。

石巻市は震災後のつながりを活かして、ふるさと納税の拡大などに取り組んでいるが、関係人口については具体的な事業が少なかったため、今後は「ふるさとワーキングホリデー」⁵⁸を取り入れるなど、取組に力を入れていくことを検討している。

なお、石巻市は2016年にローカルベンチャー協議会に参画し、全国各地の自治体と起業支援に関する知見の共有に努めてきたが、民間団体ベースでも、同協議会事務局との連携をとっている。

⁵⁶ コンソーシアムハグクミ（2021）

⁵⁷ 石巻市移住定住サイト「いしのまきを選ぶ」(<https://ishinomaki-iju.com/>) を参照。

⁵⁸ 総務省「ふるさとワーキングホリデー」(<https://www.soumu.go.jp/furusato-workingholiday/>) を参照。

(4) 民間の起業支援事業者の移住起業支援の在り方

今後の移住起業支援の拡充に向けては自治体と、移住起業者と自治体とをつなぎ、移住・起業を支援する民間の起業支援事業者や、地域密着型を活かした法人向けサービスとして、起業支援を活発に行っている地方銀行との連携を強化していくことが期待される。ここでは、民間の起業支援事業者と地方銀行のヒアリングから、主にコロナ禍における移住起業の動向を捉え、自治体と民間企業が連携した効果的な移住・起業支援の在り方について述べる。

(図表2—3—8 民間の起業支援事業者及び地方銀行ヒアリング先一覧)

| 項目 | 会社名 | 所在地 | 内容 |
|--------|------------|-----|--|
| 中間支援団体 | NPO法人ETIC. | 東京都 | 実践型インターフィード等を通して、起業を支援 |
| 地方銀行 | 八十二銀行 | 長野県 | 県と連携し、様々な移住・起業支援を実施 |
| | 秋田銀行 | 秋田県 | 起業・創業プラットフォームの運営やビジネスコンテストを通じ、地域の起業を支援 |

(民間の起業支援事業者・地方銀行のコロナ禍における移住・起業支援の動向)

<民間起業支援事業者>

NPO法人ETIC.の事業として一つは、2016年に内閣府の地方創生推進交付金に「広域連携によるローカルベンチャー推進事業」として採択されたことをきっかけに発足した「ローカルベンチャー協議会」の運営であり、協議会に参画している全国の自治体と連携し、起業支援を行っている⁵⁹。また、起業者育成事業「ローカルベンチャーラボ」として、地域で既に事業をしている、または今後事業をすることを決めている者向けに半年間かけて事業構想を支援し、かつ地域でアクションを起こしながらフィードバックを得ていくというプログラムを実施している。ここでは地域で起業し、既に実績を上げている先輩起業者をメンターとし、参加者とメンターがゼミ形式で集中的に事業を磨くことができる体制を構築している。

同事業等への最近の参加者の動向をみると、例えば、神奈川県の自治体と連携し実施している三浦半島での地域密着型起業プロジェクトでは、これまで三浦半島周辺地域に在住している参加者が多かったが、徐々に都市部ビジネスパーソンや個人事業主の参加が増えしており、テレワークをしながら地域で起業する事例が増えている。また、オンラインが普及し、遠方に住む起業関心者が場所に囚われることなく、多様な情報にアクセスできるようになったことを背景に、コロナ禍においては地方からの参加者が増えている。このように、コロナ禍ではビジネスパーソンの起業に関する意識が大きく変わってきたことがわかる。

若年層についてみると、起業関心者は、これまで都市部の企業に一旦就職してキャリアを磨き、ビジネス知識を得て都市外に流れていくというかたちが主流であったが、現在は、

⁵⁹ ローカルベンチャー協議会事務局（NPO法人ETIC.）「ローカルベンチャー協議会」（<https://initiative.localventures.jp/>）を参照。

20代の若手の起業者も多く、大学生がオンライン授業を受けながら地域でコミュニティを形成する事例や、空き家を使ってゲストハウスを運営し、そのまま起業するなどの事例もあり、社会人経験を挟まず地域で起業することのハードルが低くなっていることがわかる。多拠点居住を実施する20代の若者も増加傾向にあり、暮らしの面での価値観の変化があることもうかがえる。このほか、東日本大震災以降、高校生・大学生の若者が卒業と同時に地域に入って活動することが増えており、地域貢献を目的とする起業が増加していることを示す最近の特徴的な傾向となっている。

コロナ禍での起業は収益面をはじめ、事業継続性の観点から不安視される点も多くあるが、ETIC.の事業参加者OB・OGの多くは、コロナの影響は少なからずあるものの、今後の事業展開はポジティブに考えており、世の中の意識の変化をチャンスと捉えている起業者が多いことがうかがえる。

<秋田銀行>

コロナ禍における移住・起業への動きの変化は地方銀行へのヒアリングからも確認できた。秋田銀行は、銀行の枠に囚われずに地域経済活性化に向けた起業支援に対応する部署を設置している。公庫との協調融資、地方銀行としての創業融資、自治体の制度融資、手前段階からの事業計画の策定支援、その後の成長支援などの従来の起業支援に加え、起業創業支援のコンテンツや事業づくりを起点とした、街づくり、地方創生に取り組んでいる。地域で事業を起こすプレイヤーを発掘するビジネスコンテストを実施し、また発掘したプレイヤーを対象とした事業創業ワークショップも展開している。それが起点となり、県外の起業者、支援機関、投資家、自治体職員などの多様性のあるコミュニティが形成され、コミュニティマネージャーとしての役割も担うなど、活動の幅を広げている。実際に最近、秋田県内には、スマールビジネスが集積して結果的に街づくり、地域づくりにつながり、外から来た人を受け入れるエリアもみられる。

一方、移住定住の観点からは、秋田県内の学生や若者の地元就職が増え、県内就職率が改善してきているものの、地元就職率が低いことが課題となっており、秋田銀行では県や地域、地元企業の魅力を伝える就職ポータルサイトの立ち上げに取り組んでいる。若者の地元就職率向上だけでなく、キャリア人材の「Aターン」（秋田県内へのU I Jターン）を増やすために、地域に根付いた取引先の多い地方銀行だからこそ、地元企業それぞれの情報や魅力を発信できるという強みを生かした取組が期待されている。

<八十二銀行>

八十二銀行は、長野県での移住・起業をよりしやすくすることを目指して、県と地域創生に関して連携協定を結び、様々な取組を進めている。東京圏へのアクセスの良さから、移住先として高い注目を集めている長野県であるが、コロナ禍においては移住して長野県内の企業に転職した移住者だけでなく、移住後もテレワークにより東京圏での仕事を継続して

いる移住者の多い地域もある。移住に関しては、県外からの移住者、そして二拠点生活者に向けて、住宅を建てる際に利用できる住宅ローン「信州移住特別ローン」を扱っており、この商品に関連した移住や二地域居住の相談件数、実績数も増加傾向にある。また、副業・兼業推進の取組は当初、「ふるさと副業」の位置付けで行っていたが、コロナ禍でテレワークが普及し、東京圏からの移住者の増加が見込まれることから、移住者に対する取組の強化が期待される。

起業者向け商品に関しては、融資のみならず事業計画の策定や、販路の開拓、業務改善等も含めて、起業者の成長を支援している。また、スマートビジネスだけでなく、コロナ禍において投資専門子会社を立ち上げ、県内のベンチャーやスタートアップ起業者への投資にも対応している。アントレプレナーシップの醸成という観点からも、自治体や様々な関係者と協力しながら取り組んでおり、資金の相談が必要な起業者には融資や投資についての相談が可能な体制を整備している。

(自治体と民間企業の連携による移住起業支援の在り方)

リソースの制約等の課題がある中で、自治体が移住起業支援のすべてを担うことは難しい。個別ヒアリング結果でみたように、国の交付金も活用しながら、自治体と、地域課題解決をはじめ地域経済活性化に貢献する意欲のある起業支援事業者や地方銀行などの地域の民間団体が連携していくことが、効果的な移住起業促進策のポイントである。

自治体が民間の起業支援事業者と連携するメリットとして特に大きいのが、民間事業者が有する他地域の支援策の知見を活用できる点である。また、ETIC.を始め、広域的に活動している民間支援事業者の役割としては、全国各地や海外での起業を志す仲間や先輩起業者とのつながりを提供することも挙げられる。自治体がこうしたリソースを活用することは、移住起業者のニーズに応える上で効果的である⁶⁰。

自治体が地方銀行と連携するメリットとしては、起業者が地方銀行の各支店で相談できるようになることで、移住起業関心者が相談窓口にアクセスしやすくなることが挙げられる。支援内容も県内で標準化されていることから、行内で担当者の変更があっても影響は小さい。また、当然、移住・起業にあたっての資金支援ニーズへの対応という点で、地方銀行

⁶⁰ 本稿の調査、分析に係る貴重なご意見をいただいた菅野永氏、山岡健人氏も、民間の起業支援事業者として活動している。

菅野永氏が代表取締役を務める株式会社 MAKOTO WILL は、宮城県仙台市に拠点を構え、地方自治体と連携した創業支援、地域おこし協力隊活用支援のほか、民間オープンイノベーション推進、中小企業支援、自治体職員向けキャリア支援を展開している。宮城県丸森町での移住起業者育成プロジェクト「まるまるまるもりプロジェクト」推進等の実績を持つ。

山岡健人氏が代表取締役CEOを務める株式会社アドリブワースは、神戸市、愛媛県にてオンラインコミュニティ「triven（トリブン）」運営事業、新事業開発支援事業、共創プロダクト製造小売事業に取り組む。また、神戸市・渋谷区との共催で運用している官民連携プラットフォーム「NOROSI Startup HUB」は、事業アイデアを持つ者が自治体・企業から支援を受けて実証実験を行う場であり、更に複数の自治体が参画予定。

による融資等の役割も期待されるほか、地域に密着しているからこそ可能な情報発信・P R、移住者や関係人口として地域に関わりたい者と地元企業との人材マッチング、起業者の伴走支援という面でも取組が期待される。

III. 終わりに

1. 主な分析結果のまとめと今後の政策課題

本稿では、東京一極集中の是正に向けて、コロナ禍において地方移住や関係人口拡大の機運が生じている中で、起業に挑戦する意欲のある地方移住者が地域の新たな担い手となって、地域の様々な主体と連携し交流を深めながら、地域資源を活用したイノベーションの創出や地域コミュニティの活性化など地域経済に貢献していくために何が必要かという観点から、調査・分析を行った。ここでは、移住起業者の実態や課題に関する主な分析結果と、地域の担い手となる移住起業者を創出するための今後の政策面の課題について整理する。

(新しい働き方の環境整備)

まず、個人アンケートの結果から、過去5年以内に起業した地方移住者は、従来東京圏外在住起業者と比較して、テレワーク実施率が顕著に高いことを明らかにした。テレワーク実施率は、6年以上前に起業した者と比較しても差は顕著であり、新しい働き方としてのテレワークの普及が時間的な余裕を生み出し、自身のキャリアを見直す機会が増えることが起業者を増やすことにもつながるとの示唆を得た。また、起業していない者であっても、起業への関心が高い者は、テレワーク実施率が高いことを明らかにした。他方で、東京圏外在住者のテレワーク実施率は低水準であり、移住起業者においては、移住先でのデジタル化の先導者として、地域との関係を深めることを通じてデジタル化を推進していく役割が期待される。

また、テレワーク実施率と同様、過去5年以内移住起業者は副業実施率が高く、起業関心者においても、起業に関心が高い者ほど副業を実施している傾向がみられた。さらに、プロビット分析からは、移住起業と起業準備中の副業実施に有意な関係があることを確認し、副業は経験値や視野を広げ、移住起業につながる可能性が高まるとの示唆を得た。

副業しやすい環境整備のためには、特にテレワークの普及により働き手に時間的な余裕を生み出すことが重要である。地域を問わず、デジタル化に向けたインフラ整備が進められる中で、企業のICT導入支援などDX促進のための政策的支援を活用しながら、引き続きテレワークが拡大していくことが期待される。

テレワークやオンライン活用は、地方の企業や自治体にとって、商圏拡大や事業に必要な人材等のリソースを全国から集めることが容易になるというメリットがあるほか、リモート副業の実施や、関係人口づくりのイベント・セミナー等開催のための体制整備としても重要なものであり、幅広い観点で地域活性化の鍵であると言えよう。

(人的ネットワーク形成支援)

個別ヒアリングでは、円滑な移住起業を進めるためには、地域コミュニティとの関係性構築が重要であるとの意見が挙げられた。移住起業者にとって、地域の人的ネットワークを一から構築することには労力を要することが考えられるため、自治体による支援が求められる。例えばセミナーやイベント等の開催を通じて、移住起業者同士の交流の場を生み出すことや、自治体や連携する相談員と継続的にコンタクトが取りやすい環境の整備、早期の地域金融機関や地元企業との人脈づくりの支援等、移住起業者と地域コミュニティとの関係性構築に向けた支援が効果的であると考えられる。なお、自治体における施策の検討に当たっては、地域の民間支援団体との連携を図ることで情報発信・PR効果の向上や取組の全体規模を拡大させ、更なる地域全体の活性化につなげることが期待される。

(移住起業伴走支援の拡充)

個人アンケートの結果を用いたプロビット分析からは、移住起業者は社会課題解決志向・地域貢献意識が有意に高いことを確認した。一口に「社会課題解決」といっても、地域で実現したい事業のビジネスプランが定まっていて、比較的速やかに事業を立ち上げられる状況にある起業準備者だけでなく、地域での起業には関心があるものの、具体的に事業が定まっていない関心者も多く、起業を目指す者の検討のフェーズに応じた支援が必要である。具体的には、ビジネスプランが確立している起業準備者には、経営のノウハウや起業の手続き面での助言、事業が定まっていない者には、地域の起業経験者との関わりを通じて地域課題解決のためのアイデアを発掘し、事業の方向性を定める段階の支援が求められる。また、起業した者に対しても、起業後の事業状況について、長期的にフォローする仕組みがあることで、移住起業者の事業継続と地域への定着につながると考えられる。具体的には、情報共有体制の構築と、ケーススタディを交えた議論ができる場として、移住起業者に参加してもらう環境としての、「地域起業している人の顔が見える場所」の形成が求められる。こうした個々の起業のフェーズに応じた伴走支援を行うためには、自治体が移住担当・起業担当間で連携して縦割りを解消し、また、手続き面など柔軟な対応に努め、移住起業者がワンストップで適切な支援を受けられるような体制を構築することが必要である。

(関係人口創出)

個人アンケート調査からは、コロナ禍においてテレワークが普及し、キャリアを見直す時間的余裕ができたことが、副業や移住起業へつながっていることが示唆されたものの、移住起業は大きな決断を伴う行動であり、そのハードルは依然として高い。このため、地域課題解決への関心の高い者に副業・兼業人材として地域の仕事を依頼する「ふるさと副業」や、

実際に関心のある地域で一定期間過ごすことのできる「お試し移住」「お試し起業」の推進により関係人口を創出・拡大することは、地方創生を図る上で有効である。地域との関わりに関心のある者を送り出す側としての東京圏企業、受け入れる側としての東京圏外企業の双方がその意義を認識し、テレワークをはじめとしたDX推進と併せて取組が進むことが期待される。

また、個人アンケート調査及び個別ヒアリングからは、移住起業者は移住先の地域に何らかの関わりを持っていた傾向が高いことを確認した。青少年期に、どれだけその地域と有機的な関わりを持つ経験があるかは、その後のU I Jターン行動に大きく影響すると考えられ、地方大学におけるアントレプレナーシップ教育の推進や、高校生・大学生への就業体験の場づくり、小学生・中学生への地元で働くことの魅力のアピールなど、地域で過ごす間に地域課題への関心を喚起することは、長期的視点で若者を地域へ呼び込む方策として効果的である。また、進学や就職を機に東京圏に出た地方出身者を呼び戻すことは、東京圏で得た広い知見や新しいノウハウを地域に還元するという観点から有益と考えられ、地方出身者への就職・転職に関する情報提供が重要である。

以上のように、コロナ禍の地方への関心の高まりを地域の持続的発展につなげていくには、地方も含めテレワークや副業など新しい働き方を推進し、移住起業やリモート副業を実施しやすい環境を整備することが必要である。また、移住起業への効果的な支援には、官民が連携してワンストップでの支援体制を構築し、地域との関係づくり、人的ネットワーク形成支援、伴走支援など段階的・継続的なサポートを行うことが重要である。各支援制度の内容や、施策の中でどういったターゲティングを行うのかは、地域の特徴や環境によって異なるため、官民で支援の方向性を議論する中で地域課題を明確化し、それぞれの役割を整理することが必要であり、このような協力体制の下、地域一体となった支援が期待される。

2. 今後の検討課題

本稿では、コロナ禍においてテレワークやオンライン化が進み、東京23区から人口が転出超過となっている状況を背景に、移住起業者を地域の新たな担い手と捉え、その動向や今後の支援策の方向性について検討した。今回の分析では、個人アンケートの結果について、プロビット分析等による定量的な分析手法を用いながら、地方移住起業者と従来東京圏外在住起業者との比較、起業準備者と起業関心者との比較を中心に考察したが、今後については、移住したが起業していない者の属性の把握や、何らかの理由で移住せざるを得なかつた者が、移住後どのような行動を起こす傾向にあるのかなど、地方創生の可能性についてより多角的に分析することで更なる政策課題を洗い出すことが期待される。また、今回の調査では、地域経済活性化に貢献する地域の担い手の代表例として移住起業者について分析を行ったが、「転職なき移住」や、東京圏内に居住しながらリモートで地方の仕事をするなど、地域貢献のあり方は様々である。これらの地方創生に向けた行動と、移住起業とを比較することで、移住起業支援施策のメリットとデメリットが一層明確になると考えられる。

また、テレワークや副業などの新しい働き方が移住起業に及ぼす影響についても、個人アンケートの結果から定量分析を用いて明らかにし、引き続き取り組むべき政策的な課題を整理した。ただし、今回調査は感染症の影響が続く最中に実施したものであり、テレワーク率や副業実施率が一時的に高まったのではないかとの指摘もあり得る。ポストコロナに向けて、新しい働き方の動向や地方への関心の高まりという傾向が今後も継続し、引き続き移住起業の動向に影響を及ぼすのか、追加的に調査を実施することが望まれる。加えて、今回調査では設問数の制限により尋ねることのできなかった、テレワークと副業のメリットやデメリットの把握や、テレワークや副業が認められていない者に向けた支援策等の更なる検討が期待される。

参考文献

- 青木遙 (2021) 「新規開業の動向と新型コロナウイルス感染症による影響—「2020年度新規開業実態調査」結果を中心にして—」『日本政策金融公庫 調査月報』2021年5月号 pp. 4-17
- 赤井厚雄 (2019) 「クラウドファンディングの動向と今後の都市・地域再生」『日本不動産学会誌』第32巻第4号 pp. 33-38
- 秋田県「ドチャベン2021」
<https://www.dochaben.jp/> (2022年4月14日現在)
- 石巻市移住定住サイト「いしのまきを選ぶ」
<https://ishinomaki-iju.com/> (2022年4月14日現在)
- 田舎暮らし「楽園信州」推進協議会(長野県)「信州暮らしパートナー」
<https://www.rakuen-shinsyu.jp/modules/partner/> (2022年4月14日現在)
- 内田浩史・郭チャリ・山田和郎 (2018) 「起業と資金調達に関する調査(本調査)の結果概要」『経営研究』第65号 pp. 1-47
- 奥田浩二 (2018) 「起業者アンケートと起業支援者との対話から起業支援の課題と対応策を探る」『関西ベンチャー学会誌』第10号 pp. 34-42
- 岡室博之・小林伸生 (2005) 「地域データによる開業率の決定要因分析」『経済産業研究所ディスカッションペーパーシリーズ』05-J-014
- 熊田憲・小杉雅俊 (2020) 「株式形態の投資型クラウドファンディングを活用した地域イノベーション創出に向けての考察と課題」『人文社会科学論叢』第9号 pp. 109-119
- 桑本香梨 (2021A) 「移住創業者の実態—地域・キャリアの比較軸を用いた分析—」『日本政策金融公庫 調査月報』2021年6月号 pp. 4-15
- 桑本香梨 (2021B) 「地域とキャリアを軸にした移住創業者に対する一考察」『日本政策金融公庫論集』第51号 pp. 41-60
- 神戸市「こうべぐらし」
<https://kobe-life.city.kobe.lg.jp/> (2022年4月14日現在)
- コンソーシアムハグクミ (2021) 「石巻ローカルベンチャー白書2021」
- 総務省「地域活性化起業人(令和2年度まで「地域おこし企業人」として推進)」
https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_gyousei/c-gyousei/bunken_kaihaku/02gyosei08_03100070.html (2022年4月14日現在)
- 総務省「ふるさとワーキングホリデー」
<https://www.soumu.go.jp/furusato-workingholiday/> (2022年4月14日現在)
- 中小企業庁「創業支援等事業計画の概要」
https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/chiiki/2021/211223sogyo_nintei.html (2022年4月14日現在)

中小企業庁「都道府県等中小企業支援センター（平成 31 年 4 月現在）」

https://www.chusho.meti.go.jp/soudan/todou_sien.html

（2022 年 4 月 14 日現在）

内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局・内閣府地方創生推進事務局「起業支援金」

https://www.chisou.go.jp/sousei/kigyou_shienkin.html

（2022 年 4 月 14 日現在）

内閣官房デジタル田園都市国家構想実現会議事務局・内閣府地方創生推進事務局「移住支援金」

https://www.chisou.go.jp/sousei/ijyu_shienkin.html （2022 年 4 月 14 日現在）

内閣府政策統括官（経済財政分析担当）（2021a）「政策課題分析シリーズ 20 新しい働き方と地方移住に関する分析—コロナ禍における新しい働き方への意識の変化をもとに—」

内閣府政策統括官（経済財政分析担当）（2021b）『地域の経済 2020-2021』

長野県「移住者の溶け込み支援に積極的に取り組むモデル地区について」

<https://www.pref.nagano.lg.jp/iju/161021happyou.html>

（2022 年 4 月 14 日現在）

長野県「ニブンノナガノ」

<https://nibunno-nagano.jp/> （2022 年 4 月 14 日現在）

長野県「信州 IT バレー構想」

https://www.pref.nagano.lg.jp/service/shinshu_itvalley/index.html

（2022 年 4 月 14 日現在）

長野県「信州スタートアップステーション」

<https://www.pref.nagano.lg.jp/keieishien/sangyo/shokogyo/sogyo/sss.html>

（2022 年 4 月 14 日現在）

長野県「信州リゾートテレワーク」

<https://shinshu-resorttelework.com/> （2022 年 4 月 14 日現在）

長野県「おためしナガノ」

<https://otameshinagano.com/> （2022 年 4 月 14 日現在）

長野県「おためし立地チャレンジナガノ！」

<https://challenge-nagano.com/> （2022 年 4 月 14 日現在）

長野県「U I J ターン就業・創業移住支援事業のご案内」

<https://www.pref.nagano.lg.jp/rodokoyo/sangyo/rodo/koyo/kyufukin/20190401.html>

（2022 年 4 月 14 日現在）

長野県「創業等応援減税のご案内」

<https://www.pref.nagano.lg.jp/keieishien/sangyo/shokogyo/keiei/genze.html>

(2022年4月14日現在)

長野県移住ポータルサイト「楽園信州」

<https://www.rakuen-shinsyu.jp/> (2022年4月14日現在)

長野県「SUUHAA」

<https://suu-haa.jp/> (2022年4月14日現在)

日南市「移職住」

<http://www.nichinan-iji.jp/ishokuju/> (2022年4月14日現在)

日本政策金融公庫「女性、若者／シニア起業家支援資金」

https://www.jfc.go.jp/n/finance/search/02_zyoseikigyouka_m.html

(2022年4月14日現在)

日本政策金融公庫「新規開業資金」

https://www.jfc.go.jp/n/finance/search/01_sinkikaigyou_m.html

(2022年4月14日現在)

日本政策金融公庫「新創業融資制度」

https://www.jfc.go.jp/n/finance/search/04_shinsogyo_m.html

(2022年4月14日現在)

日本政策金融公庫「創業支援」

<https://www.jfc.go.jp/n/finance/sougyou/index.html> (2022年4月14日現在)

日本政策金融公庫「創業支援貸付利率特例制度」

https://www.jfc.go.jp/n/finance/search/sogyo_tokurei_m.html

(2022年4月14日現在)

日本政策金融公庫総合研究所（2020）「「2020年度新規開業実態調査」～アンケート結果の概要～」

日本政策金融公庫総合研究所（2021a）「「2020年度起業と起業意識に関する調査」～アンケート結果の概要～」

日本政策金融公庫総合研究所（2021b）「地域別・キャリア別にみた移住創業者の実態～「2020年度起業と起業意識に関する調査（特別調査）」結果から～」

日本創成会議・人口減少問題検討分科会（2014）「トップ少子化・地方元気戦略」

増田辰良（2017）「起業家の資金調達額、調達先と経営成果との関係について」『北星学園大学経済学部北星論集』第56巻 第2号（通巻第71号）pp. 95-106

松尾順介（2014）「クラウドファンディングと地域再生」『証券経済研究』第88号 pp. 17-39

丸森町「まるまるまるもりプロジェクト」

<https://marumarumarumori.jp/> (2022年4月14日現在)

丸森町「まるもり移住・定住サポートセンターじゅーぴたっ」

<https://ju-pita.com/> (2022年4月14日現在)

丸森町「丸森 CULUSTA」

<https://marumori-startups.com/> (2022年4月14日現在)

安田武彦 (2004)「起業後の成長率と起業家属性、起業タイプと起業動機—日本のケースー」

『企業家研究』第1号 p. 79-95 2004年3月

安田武彦 (2016)「起業無縁社会日本における小規模企業の役割」『日本中小企業学会論集』

第35号 pp. 97-108

安田武彦 (2017)「地域の起業活動とその水準の決定要因(その1)」『経済論集(東洋大学)』

第43巻1号 pp. 137-155

安田武彦 (2018)「地域の起業活動とその水準の決定要因(その2)」『経済論集(東洋大学)』

第44巻1号 pp. 55-78

ローカルベンチャー協議会事務局 (NPO法人 ETIC.) 「ローカルベンチャー協議会」

<https://initiative.localventures.jp/> (2022年4月14日現在)

Urban Innovation JAPAN「Urban Innovation JAPAN」

<https://urban-innovation-japan.com/> (2022年4月14日現在)

(補論) 起業と移住の実態

ここでは、本論で紹介しきれなかった、個人アンケート調査の結果を参考資料としてとりまとめる。

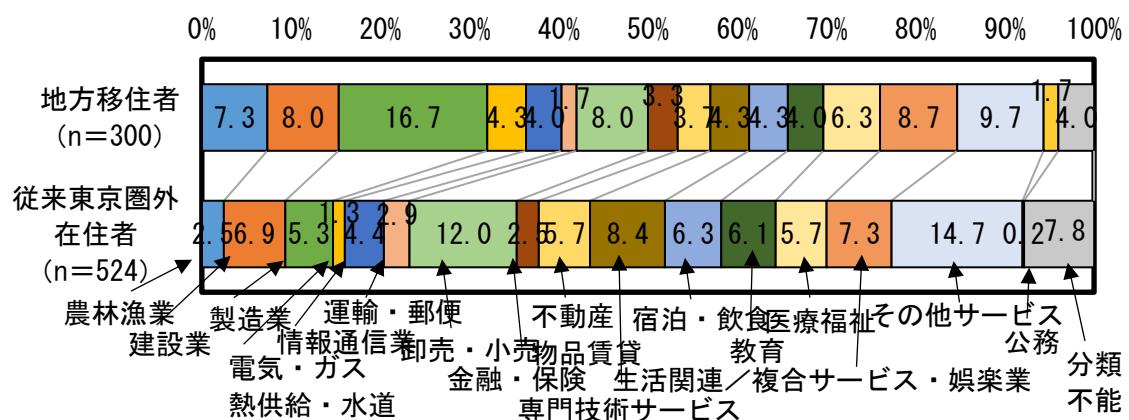
(1) 経営状況

個人アンケート調査では、起業経験者の経営内容について詳細を尋ねており、ここでは起業時期を問わず、現在も事業を継続している者の経営の実態について確認する。

(事業内容 (業種))

起業した事業内容について、業種別に確認すると、「その他サービス」(地方移住者 9.7%、従来東京圏外在住者 14.7%) や「生活関連／複合サービス・娯楽業」(8.7%、7.3%) 等のサービス業を中心とした事業や、「卸売・小売業」(8.0%、12.0%) の割合が高い(図表補-1)。さらに、地方移住起業者の農林漁業、建設業、製造業の割合は、従来東京圏外在住起業者よりも多くの割合を占めている。特産物や伝統業に根差した事業を担うに当たり、地方移住者が東京圏において前職で培ったノウハウを地域に落とし込むことは、地域の維持発展にポジティブな影響をもたらすと期待できる。

(図表補-1 起業した事業内容 (業種))

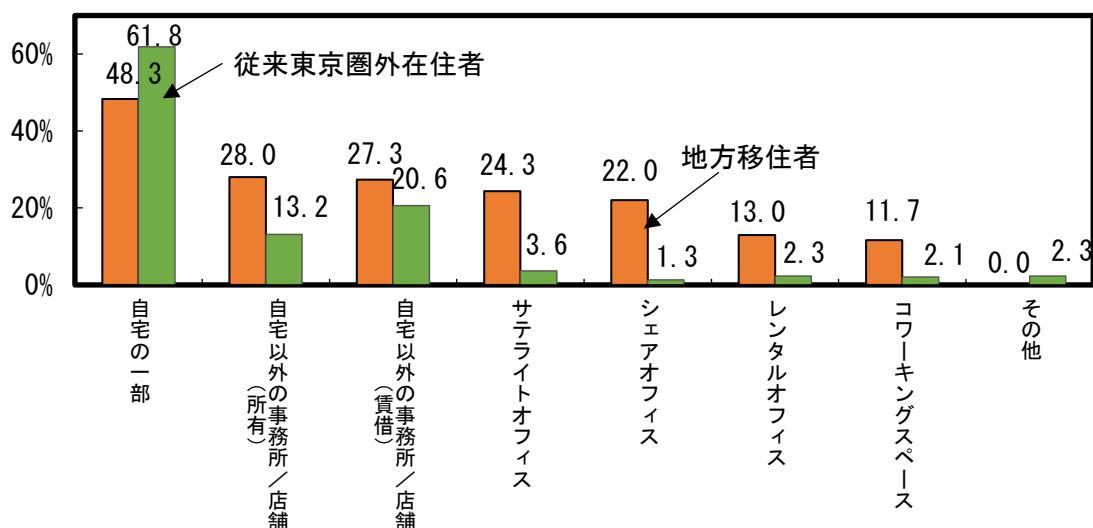


(備考) 過去 5 年以内に起業した、又は過去 6 年以上前に起業し現在も経営を継続している地方移住者 300 名、従来東京圏外在住者 524 名を対象。

(起業した事業の実施場所)

事業の実施場所についてみると、地方移住起業者は、自宅の一部を実施場所とする者よりも事業所／店舗を持つ者の割合が高く、また、サテライトオフィス、シェアオフィス、レンタルオフィス、コワーキングスペース等の、新しい働き方の拡大に伴い普及した事業実施場所を積極的に取り入れており、事業の内容や生活環境に応じて、柔軟な働き方を実施していることがうかがえる（図表補－2）。一方、従来東京圏外在住起業者は、自宅の一部を実施場所とする者が半数以上を占め、柔軟な働き方は普及していない、又は不要とされている様子である。

(図表補－2 事業の実施場所⁶¹⁾



（備考）過去5年以内に起業した、又は過去6年以上前に起業し現在も経営を継続している地方移住者300名、従来東京圏外在住者524名を対象。複数回答。

(経営形態)

経営形態も、地方移住起業者と従来東京圏外在住起業者とで大きな違いがあることがわかった。まず、従来東京圏外在住起業者は7割近くが個人事業（自営業主）を営んでおり（69.8%）、NPO法人（0.8%）や一般財団法人等（1.1%）を営む者の割合が顕著に少ない。一方、地方移住起業者は多様な経営形態を選択しており、個人事業（自営業主）の割合が最も多い（39.3%）ものの、株式会社を始めとする法人設立（29.7%）、NPO法人（6.0%）、

⁶¹ 実施場所の定義は以下のとおり。

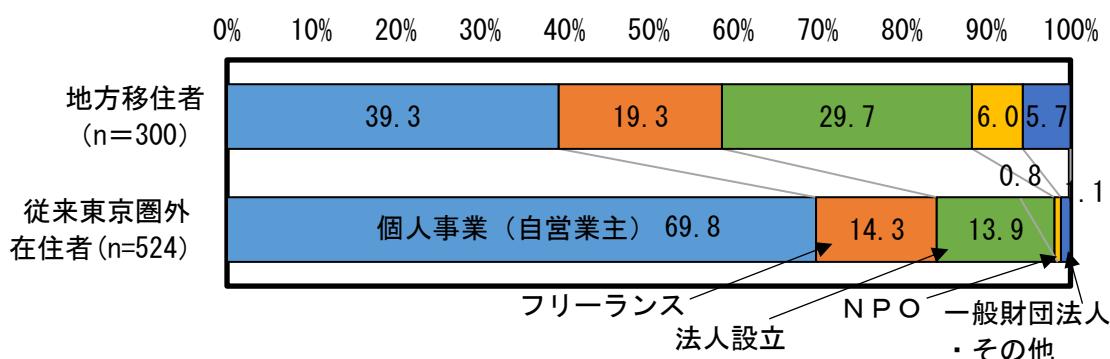
サテライトオフィス：企業または団体の本拠から離れた所に設置されたオフィス

シェアオフィス：個別の占有スペースがある共有オフィス

コワーキングスペース：それぞれ独立した仕事を抱えるワーカーが集まり仕事し、コミュニティを形成しながら協業できるオフィス

一般財団法人等（5.7%）を営む者の割合も高い（図表補－3）。また、地方移住起業者、從来東京圏外在住起業者のいずれもフリーランスとしての経営者が一定数を占める（地方移住起業者の19.3%、從来東京圏外在住起業者の14.3%）。柔軟な働き方への関心の高まりにより、起業へのハードルが低くなりつつあると言える。

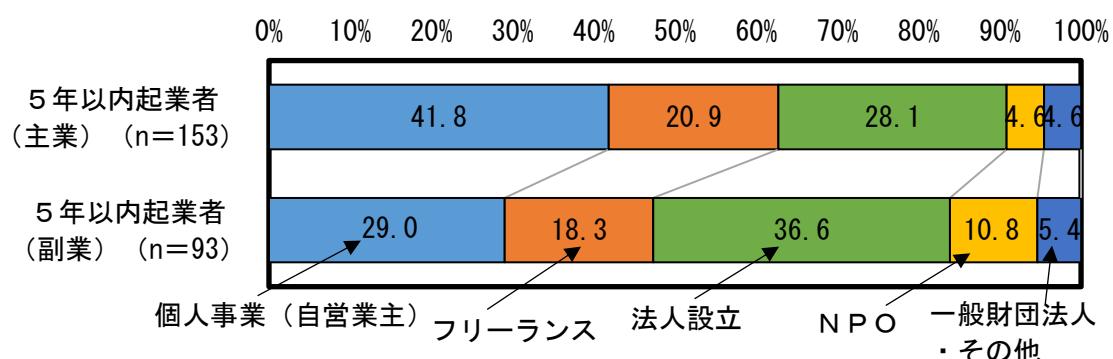
（図表補－3 起業した事業の経営形態）



（備考）過去5年以内に起業した、又は過去6年以上前に起業し現在も経営を継続している地方移住者300名、従来東京圏外在住者524名を対象。

さらに、図表補－4では、過去5年以内に起業した地方移住者について、主業・副業別に集計して分析を深掘りする。副業としての起業者は、主業としての起業者に比べて個人事業（自営業主）の割合が低く（主業の41.8%、副業の29.0%）、法人設立（28.1%、36.6%）、NPO法人（4.6%、10.8%）の割合が高い。一方、フリーランスについては起業のハードルの低さから副業としての起業で割合が高まることも想定されたが、今回の調査では大きな差はみられなかった。

（図表補－4 過去5年以内に起業した地方移住者の経営形態）



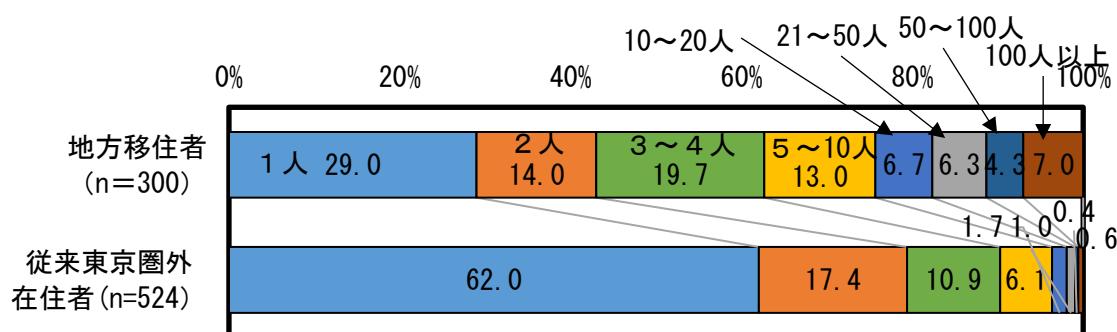
（備考）過去5年以内に起業した地方移住者246名を対象。

(起業当初と現在との社員数の比較)

続いて、社員数について確認したい。まず、起業当初の社員数⁶²についてみると、従来東京圏外在住者は半数以上が単独で起業（62.0%）しており、約9割が4人以下の小規模社員数で起業している（図表補－5）。地方移住者は10～20人の中規模から100人以上の大規模な社員数で起業する者が一定数存在し、起業する前の段階で人材を確保している傾向がみられる。

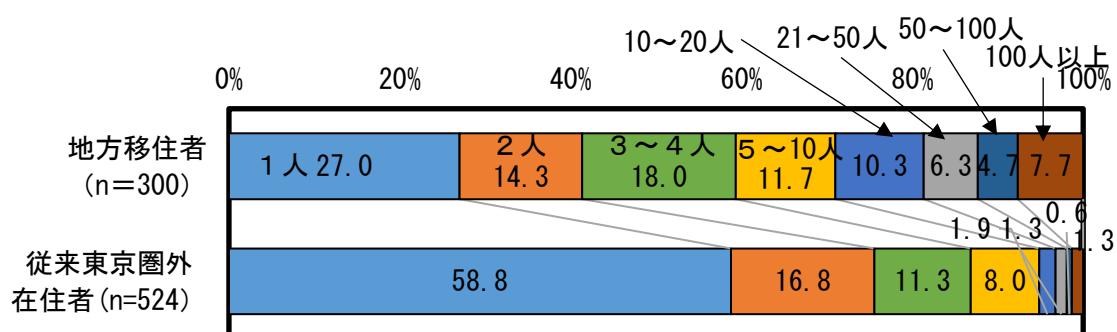
また、現在の社員数も同様に比較したが、起業当初からの大きな変化は確認できなかった（図表補－6）。

(図表補－5 起業当初の社員数)



(備考) 過去5年以内に起業した、又は過去6年以上前に起業し現在も経営を継続している地方移住者300名、従来東京圏外在住者524名を対象。

(図表補－6 現在の社員数)



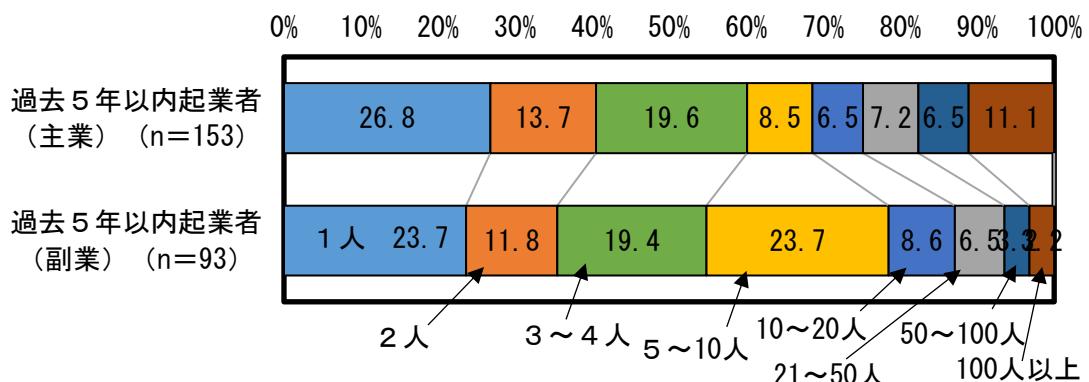
(備考) 過去5年以内に起業した、又は過去6年以上前に起業し現在も経営を継続している地方移住者300名、従来東京圏外在住者524名を対象。

過去5年以内に起業した地方移住者の起業当初の社員数について、主業・副業別に集計したところ、主業としての起業者は、50人以上の大規模な社員数で起業する割合が高い（図

⁶² 本人及び非正規社員を含む。

表補－7)。また、副業としての単独起業者の割合は、主業としての単独起業者よりも割合が低く、前述のとおり、副業としての起業者は1人ではなく複数人で起業することが多い傾向にある。

(図表補－7　過去5年以内に主業として起業した地方移住者の起業当初の社員数)

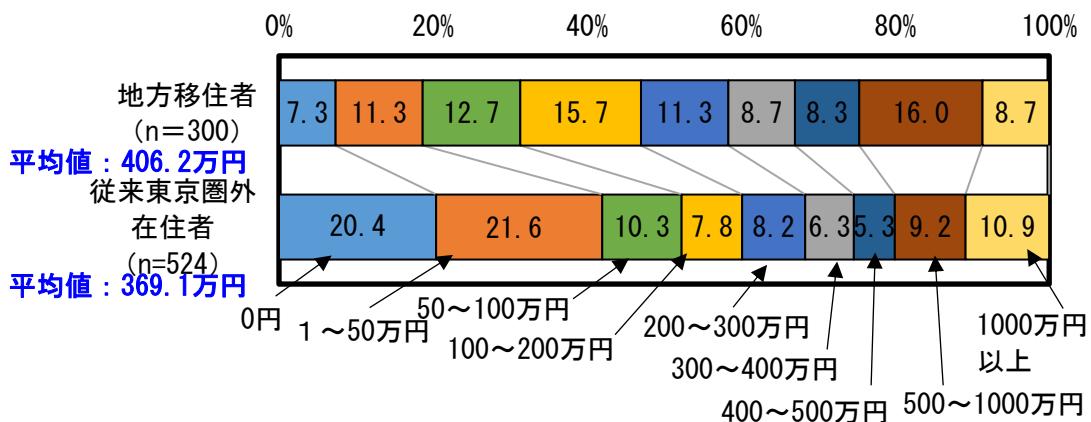


(備考) 過去5年以内に主業として起業した地方移住者153名、副業として起業した地方移住者93名を対象。

(初期投資額)

次に、初期投資額について確認する。地方移住起業者は従来東京圏外在住起業者と比較して、平均して約37万円多いという集計結果となった(図表補－8)。前述の事業内容の結果からも、在庫や事業場所の確保、設備投資が必要な農林漁業、建設業、製造業の起業者が多いことや、複数人での起業が多いことから、起業初期にまとまった費用が必要となる可能性が高いことが要因として考えられる。サービス業が多く、自宅の一部を事業所とし、単独起業の傾向が高い従来東京圏外在住起業者は、半数近くの者が100万円以下の起業を実現しており、初期投資額0円の起業者も2割程度と目立つ。

(図表補－8 初期投資額)

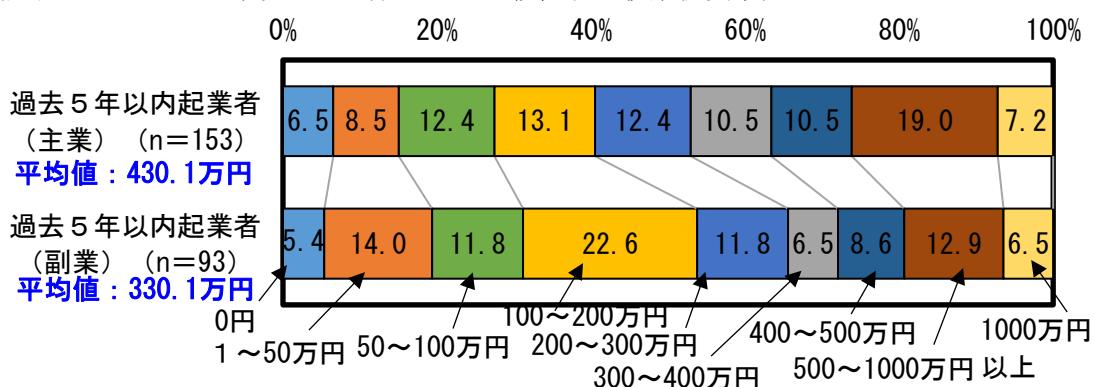


(備考) 過去 5 年以内に起業した、又は過去 6 年以上前に起業し現在も経営を継続している地方移住者 300 名、従来東京圏外在住者 524 名を対象。

平均初期投資額は、選択肢の中央値を代表値として扱い平均した。グラフは 500 万円～1,000 万円、1,000 万円以上を集約しているが、個人アンケート上は 100 万円単位で 2,000 万円まで選択肢が示されているため、分解して算出している。なお、2,000 万円以上は 2,300 万円を代表値とした。

また、過去 5 年以内に起業した地方移住者を主業・副業別にみると、主業としての地方移住起業者は、副業としての地方移住起業者よりも平均して 100 万円多いという結果となつた（図表補－9）。起業する事業を主業とするか副業とするかで、投資額には大きな差があり、前述の社員数の違いと同様に事業規模の差と対応している。

(図表－9 過去 5 年以内に起業した地方移住者の初期投資額)



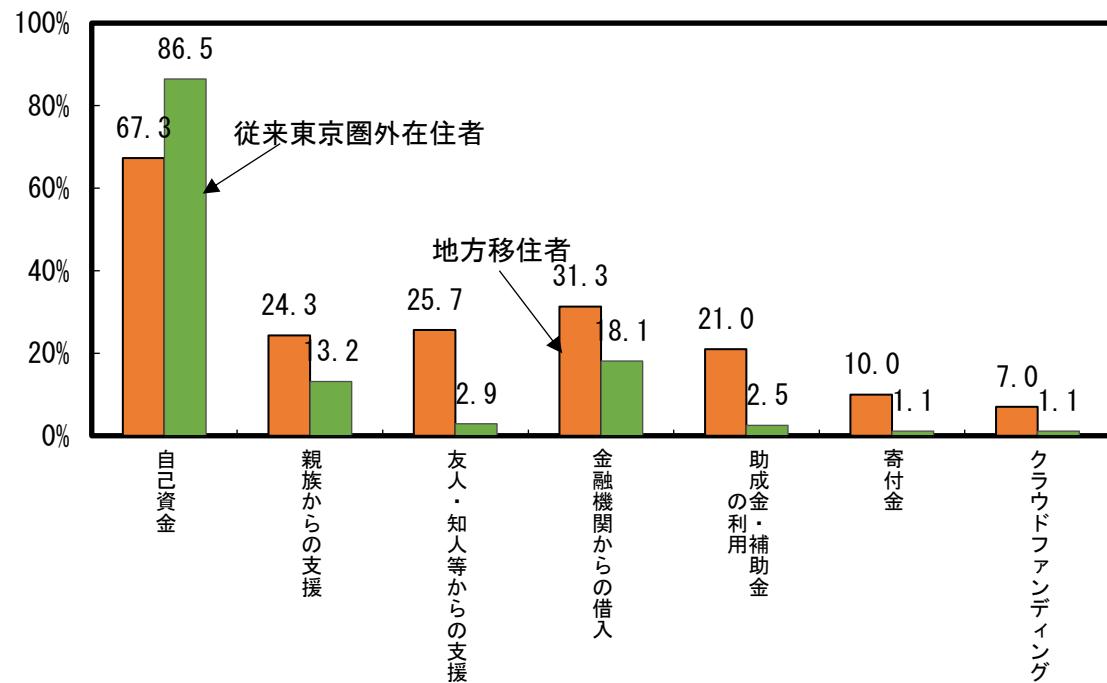
(備考) 過去 5 年以内に起業した地方移住者 246 名を対象。

平均月収は、選択肢の中央値を代表値として扱い平均した。グラフは 500 万円～1,000 万円、1,000 万円以上を集約しているが、個人アンケート上は 100 万円単位で 2,000 万円まで選択肢が示されているため、分解して算出している。なお、2,000 万円以上は 2,300 万円を代表値とした。

(資金調達方法)

ここでは投資に必要となる資金調達の方法について把握したい。図表補-10 では、起業当初の資金調達の方法について集計しており、移住起業者、従来東京圏外在住起業者のいずれも、「自己資金」の割合が最も高い（地方移住起業者の 67.3%、従来東京圏外在住起業者の 86.5%）。特に、従来東京圏外在住起業者の 8 割以上は自己資金を充てており、前述の集計において、従来東京圏外在住起業者には初期投資額が少額の起業者が多くみられたことからも、外部からの借入等をあまり必要とせず、自己資金で賄うことのできる起業者が多いことがうかがえる。また、従来東京圏外在住起業者と比較して初期投資額が大きく、複数人で起業する割合が高い地方移住起業者は、「金融機関からの借入」（31.3%）のみならず、「助成金・補助金の利用」（21.0%）や「寄付金」（10.0%）も取り入れており、多様な資金調達手段を積極的に活用していることがわかる。中でも「クラウドファンディング」（7.0%）の利用者が一定数いることに注目したい。赤井（2019）も述べているように、デジタル化の加速に伴い注目されるクラウドファンディングは、投資を通じた対象事業への参加・応援の手段としての側面を持つことから、「ふるさと投資」としての期待が寄せられており、近年民間企業の運営するクラウドファンディングプラットフォームの構築が進むほか、自治体の起業支援事業においても、クラウドファンディング型の起業支援事業も徐々にみられるようになってきた。起業者にとっては、法人設立をしていない個人事業主や小規模起業者であっても利用でき、応募をきっかけとしたPR効果や、ネットワークが広がることにより販売拡大が期待できる。投資者側にとっては、地域に直接的に関わることのできない環境にある者が、関係人口として地域貢献することが可能となり、地域とのつながりを深めるツールとして効果的である。また、こうしたクラウドファンディングを通じた地域とのつながりが、後の移住・起業の関心へつながる可能性がある。

(図表補－10 起業当初の資金調達方法)



(備考) 過去 5 年以内に起業した、又は過去 6 年以上前に起業し現在も経営を継続している地方移住者 300 名、従来東京圏外在住者 524 名を対象。

「親族からの支援」及び「友人・知人からの支援」は、仮入れ、出資を含む。

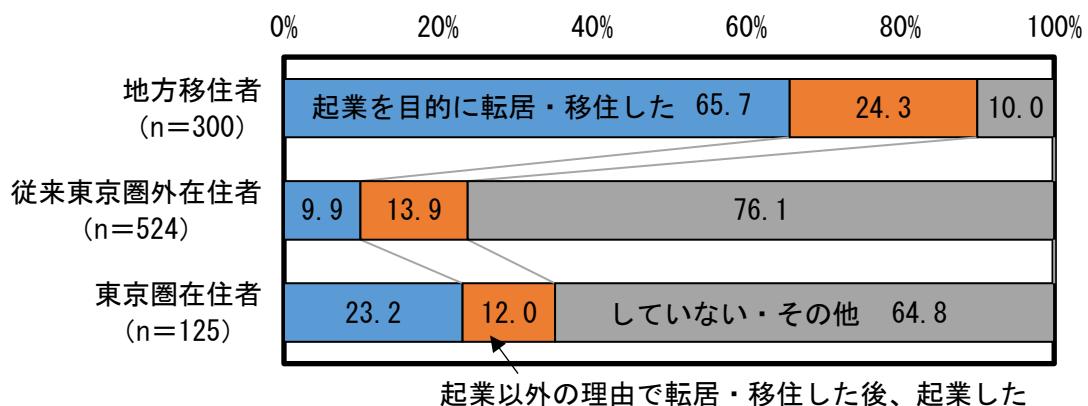
(2) 移住の実施や関心の状況

ここまで起業の実態についてみてきたが、ここからは地方移住の実態を把握するという観点から、移住と起業との関係について分析する。

(起業を目的とした転居・移住の有無)

図表補-11 では、起業経験者が起業の際に、起業を目的として転居・移住を実施したかについて、居住地別に集計したところ、地方移住起業者の多くが起業を目的として転居・移住を実施していた。

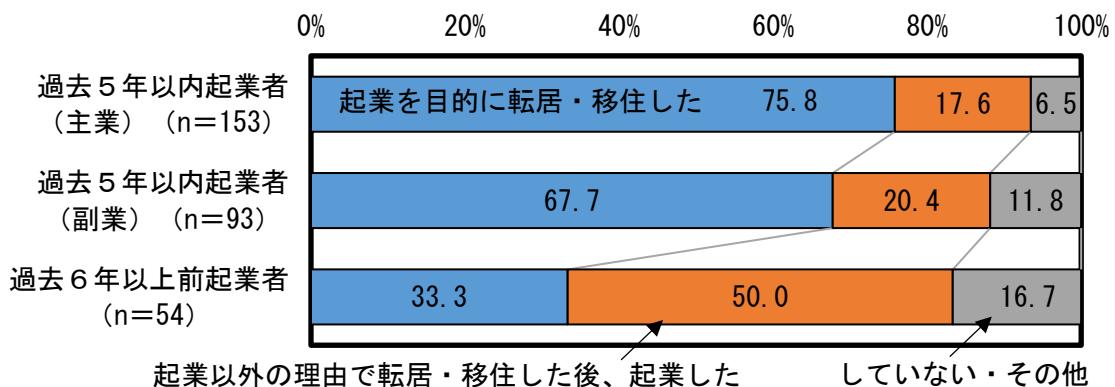
(図表補-11 起業を目的とした転居・移住の有無)



(備考) 過去 5 年以内に起業した、又は過去 6 年以上前に起業し現在も経営を継続している 949 名を対象。

次に、移住と起業の関係を把握するため、地方移住起業者が起業を目的として転居・移住したかについて、さらに詳細にみると、主業として過去 5 年以内に起業した者が起業を目的として転居・移住した割合は 75.8% と最も高い（図表補-12）。過去 5 年以内起業者と過去 6 年以上前起業者とを比較しても、過去 5 年以内起業者で起業を目的として転居・移住した割合が 2 倍以上となっていることから、近年の起業と移住の動きには密接な関係があることが示唆される。

(図表補-12 地方移住者における、起業を目的とした転居・移住の有無)

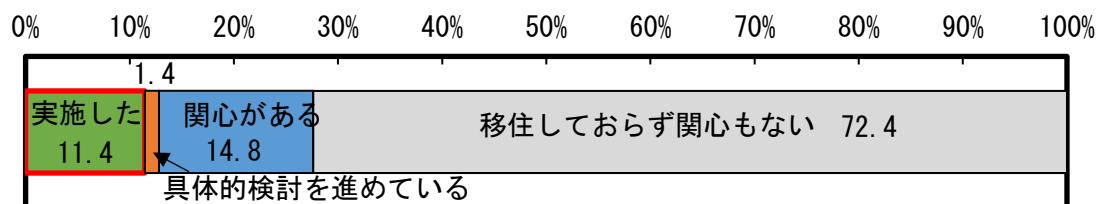


(備考) 過去 5 年以内に起業した、又は過去 6 年以上前に起業し現在も経営を継続している地方移住者 300 名を対象。

(地方移住の実態)

次に、地方移住の実施状況について把握する。東京圏外在住者のうち、過去 10 年以内に移住した者の割合は 11.4% となっている。(図表補-13)。

(図表補-13 東京圏外在住者における移住の状況)



(備考) 東京圏外在住者 6,701 名を対象。

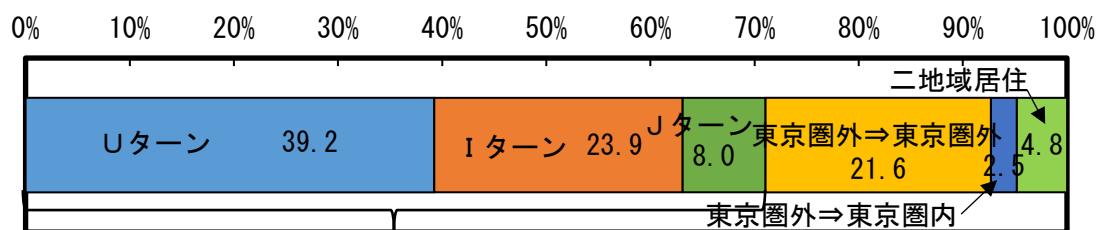
上記移住実施者の移住パターンについてみると、U ターン移住⁶³が最も多く、約 4 割を占める。I ターン移住⁶⁴、J ターン移住⁶⁵を合わせると約 7 割を占める結果となり、東京圏から東京圏外への地方移住が多い(図表補-14)。

⁶³ 進学・就職等で地方から東京圏内へ移動したが生まれ故郷に戻った

⁶⁴ 東京圏内出身、あるいは地方出身で東京圏内に移動し生活していたが、生まれ故郷以外の地方（東京圏外）に定住した

⁶⁵ 進学・就職等で地方から東京圏内へ移動したが、生まれ故郷に近い地方の中規模以上の都市に定住した

(図表補-14 移住実施者の移住パターン)

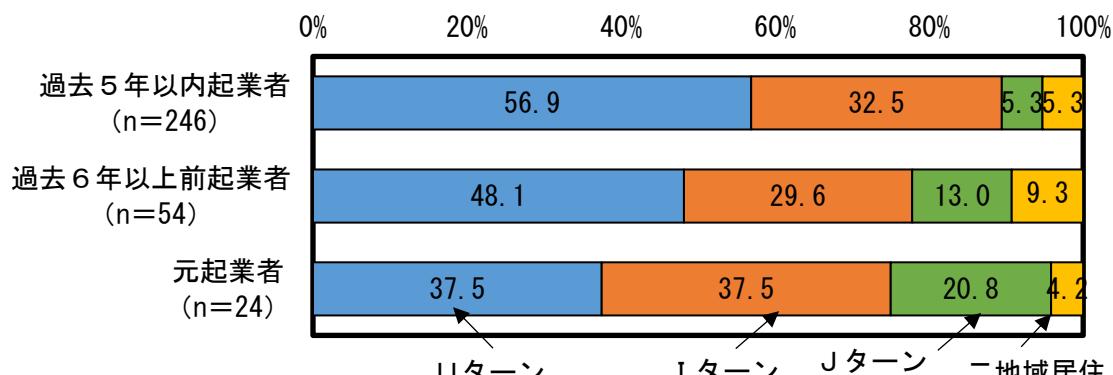


(備考) 過去 10 年以内に移住を実施した東京圏外在住者 767 名を対象。

(地方移住者の移住パターン)

ここでは地方移住者の移住パターンについて、起業経験者、非経験者の別に確認したい。まず、起業経験者について集計したところ、地方移住者のうち、過去 5 年以内起業者と過去 6 年以上前起業者は、Uターン移住の割合が半数近くを占めており（過去 5 年以内起業者のうち 56.9%、過去 6 年以上前起業者のうち 48.1%）、自身の生まれ育った地で、地域の担い手として起業する傾向が高いことがうかがえる（図表補-15）。また、過去 6 年以上前起業者は J ターンの割合が過去 5 年以内起業者よりも 2 倍以上多いことが分かる（13.0%）。これまで、東京圏や東京圏以外でも都市部での起業が、情報、商圏や人的ネットワークの確保、交通アクセスの良さの観点から有利とされていたが、近年は IT の普及により、都市部でない地域でも以前ほど不利ではなくなりつつあり、場所に囚われない起業が可能になったことが背景として考えられる。さらに、過去 6 年以上前起業者は、二地域居住の割合も高水準であり（9.3%）、起業から年数が経過して事業が軌道に乗ったタイミングで事業拡大や、複数の拠点を展開している中で生活も複数拠点で行っている可能性が考えられる。なお、6 年以上前に起業し、現在は事業経営していない元起業者については、経営終了後に移住を実施した者が含まれていること等が考えられ、解釈には注意が必要である。

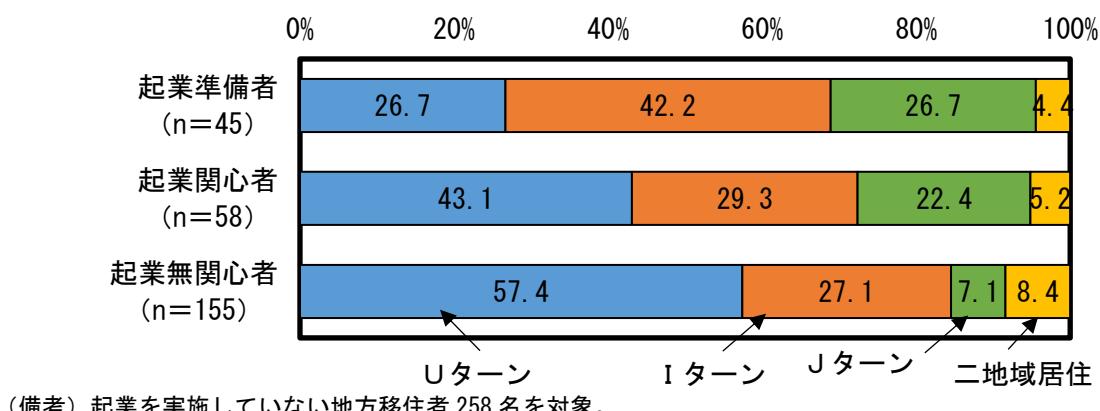
(図表補-15 起業状況別にみた地方移住者の移住パターン)



(備考) 起業経験のある地方移住者 324 名を対象。

図表補-16 では、起業を実施していない地方移住者を、起業への関心別に集計している。このうち起業準備者に着目すると、他の起業状況の者に比べて I ターンの割合が高水準である（42.2%）。この背景としては、I ターン移住者は、生活面の整備が優先となりやすいため、まずは移住を実施し、そこから起業に向けて準備を行うことが多いことから、移住準備層に滞留してしまっている可能性がある。一方、起業無関心者については、地方移住者全体に占める割合も高いUターンの割合が高水準である（57.4%）。

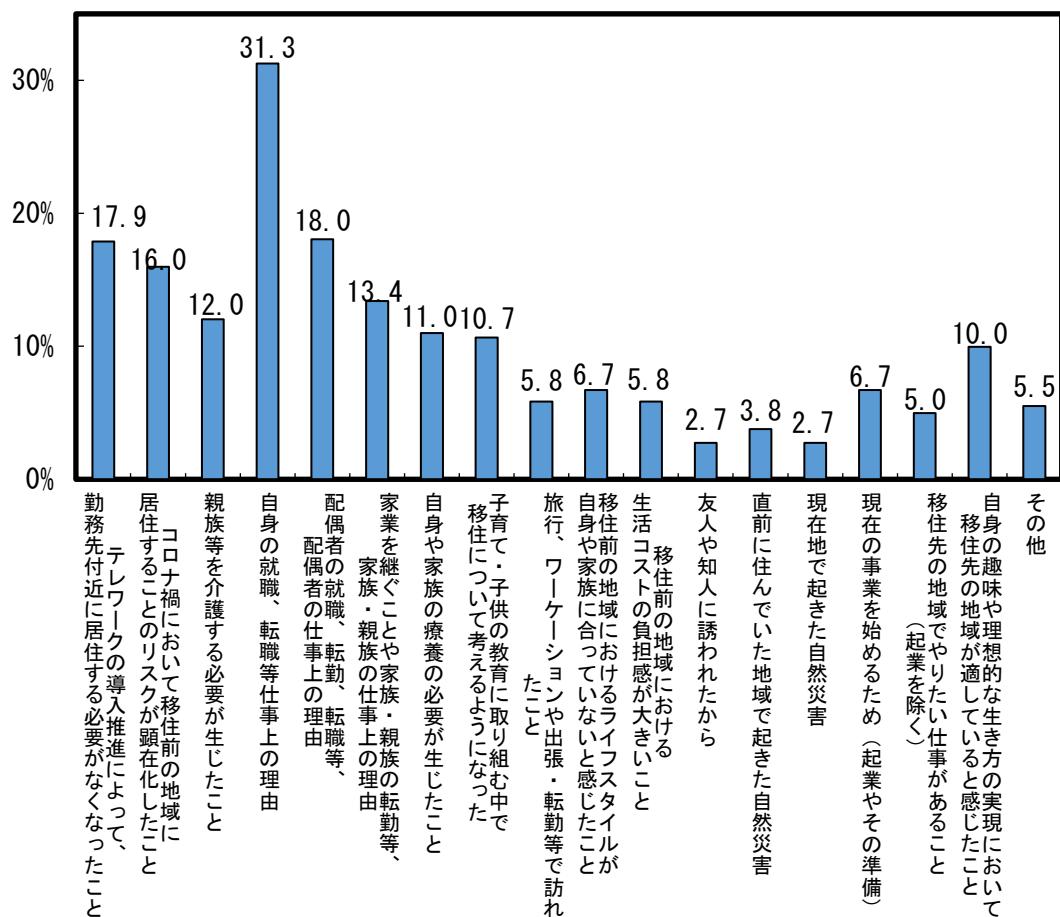
(図表補-16 起業への関心別にみた地方移住者の移住パターン)



(移住のきっかけ)

地方移住者の移住のきっかけとして最も多かった回答は、「自身の就職、転職等仕事上の理由」（31.3%）であった（図表補-17）。次いで「配偶者の就職、転勤、転職等、配偶者の仕事上の理由」（18.0%）と続き、自身または家族の仕事が移住のきっかけになりやすい。さらに「テレワークの導入推進によって、勤務先付近に居住する必要がなくなったこと」（17.9%）、「コロナ禍において移住前の地域に居住することのリスクが顕在化したこと」（16.0%）との回答も多く、地方移住実施者はテレワーク実施率が高いという前述の結果からも、コロナ禍におけるテレワークの普及が地方移住への後押しとなりつつあることがうかがえる。

(図表補-17 地方移住のきっかけ)



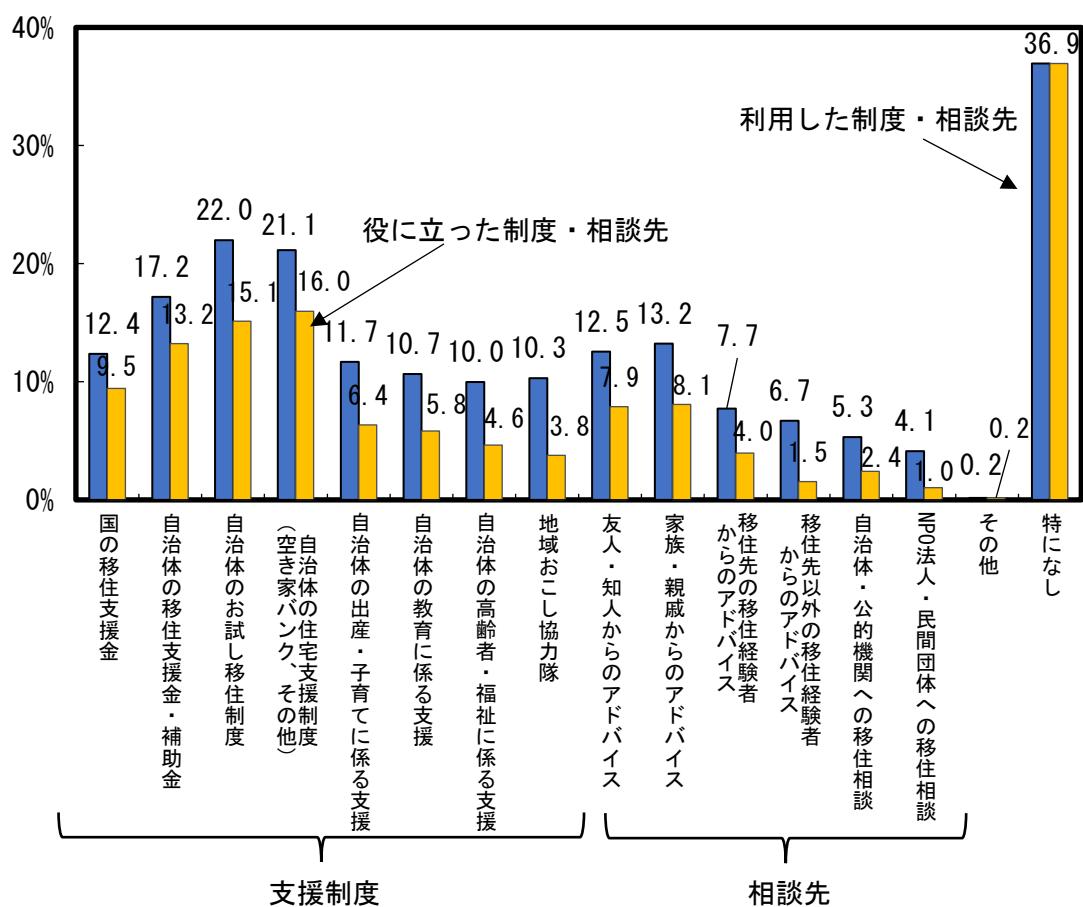
(備考) 地方移住者 582 名を対象。複数回答。

(地方移住者が利用した／役に立った支援制度・相談先)

地方移住者が実際に利用した支援内容について集計したところ、「自治体のお試し移住制度」の利用率が 22.0% と最も多かった(図表補-18)。次いで空き家バンク等の「自治体の住宅支援制度」(21.1%)、「自治体の移住支援金・補助金」(17.2%) と支援制度の利用が続く。「お試し移住制度」は、検討する移住先についての生活面の不安の払拭や、移住後のミスマッチの予防にも効果的であると考えられ、今後も自治体の注力が期待される。また、居住地の確保や支援金等、移住実施の検討段階で意識される支援制度が比較的多く利用されていることから、移住検討者が移住支援制度の情報にアクセスしやすい環境の構築が移住の推進に効果的であると考えられる。また、相談先をみると、「家族・親戚からのアドバイス」(13.2%)、「友人・知人からのアドバイス」(12.5%) を活用した者の割合が高かった。また、今後さらに進んで、各支援制度への満足度を高めるために支援内容をこれまで以上に移住者、あるいはこれから移住を実施する者に寄り添ったものにすることや、手続きの煩雑さを解消することが重要だろう。さらに、内閣府政策統括官(経済財政分析担当)(2021a)

と同様、こうした支援制度を利用せずに移住を実施する者が4割近く多いことが明らかになった。その背景については精査が必要であるが、各支援制度を利用しようとしたものの、利用対象に当てはまらない、移住実施時期と申請時期のタイミングが合わない、または応募件数に上限があり利用できない等の事例が含まれている可能性や、支援制度の存在を知らなかつた可能性も指摘できる。効果的な支援制度の利用の拡充に向けては、従来支援制度の内容の見直しを検討するとともに、引き続き国や自治体における積極的なPR・情報発信が求められる。

(図表補-18 移住の際に利用した／役に立った支援制度・相談先)

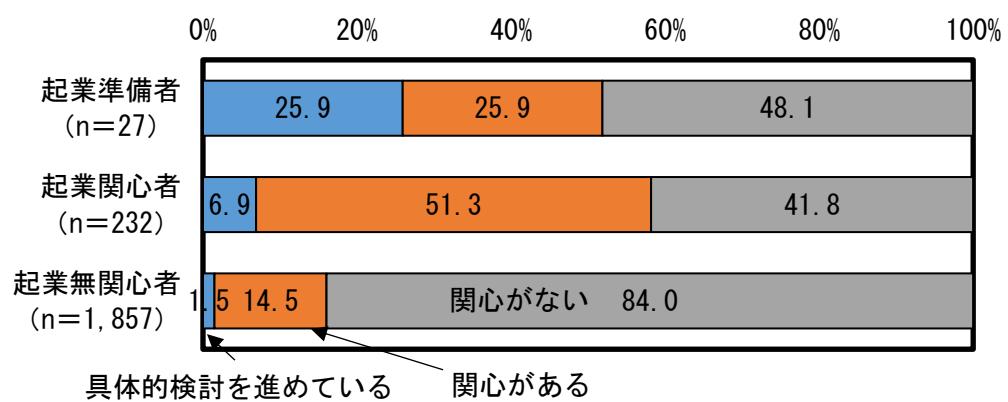


(備考) 地方移住者 582 名を対象。複数回答。

(東京圏在住者の起業への関心と移住への関心との関係)

最後に、起業を経験していない東京圏在住者の移住への関心について確認する。東京圏在住者は、起業への関心が高い層と、移住への関心が高い層が重なる傾向があり、移住と起業を連携させた支援策の拡充が効果的であり、移住起業に関心を持つ者への積極的な地域のPR活動が重要であると言える(図表補-19)。

(図表補－19 起業を経験していない東京圏在住者の移住への関心)



(備考) 東京圏在住者のうち、過去 10 年以内に移住を実施したことのない 2,116 名を対象。

東日本大震災をきっかけに大学在学中に復興支援団体を設立 人口約3,000人の町で、持続可能な社会づくりを目指す

移住起業家Data

三井 俊介 氏

«出身地» 茨城県 «年代» 30代
 «移住前居住地» 東京都 «移住時期» 2012年
 «プロフィール»

茨城県つくば市で育ち、大学入学に伴い上京。大学在学中の2011年3月に、東日本大震災を機に復興支援団体SETを設立。2013年6月に同団体をNPO法人化し、現在に至るまで、理事長として岩手県陸前高田市広田町の復興支援に携わる。2015年9月に陸前高田市議会議員選挙に当選し、市議としても活動した。2020年4月より、宮城大学院に入り、大学院で学びつつ教鞭も取っている。

企業Data(2022/1/11 時点)**非営利活動法人SET**

«本社所在地» 岩手県陸前高田市 «従業員数» 正会員数156名
 «創業時期» 2013年6月 «資本金» 200~300万円
 «HP» <https://set-hirota.com/>
 «事業概要»

陸前高田市広田町を拠点に、「人口が減るからこそ豊かになるひとづくり・まちづくり・社会作り」に取り組む。一週間の地域おこし実践プログラム等、町での生活体験を通じ、町に人を呼び込む交流事業を実施。その他、社会や町の仕組みを作り直していくような暮らし部、ソーシャルインパクト・well-being・スピックプライドといった目に見えないものを価値化していくという研究部、を組み合わせて事業を展開。

STEP1移住起業の
きっかけ**●移住起業のきっかけ**

震災ボランティアをきっかけに被災地支援のための任意団体SETを設立。まちづくりに際し、住民とどう一緒にやっていくか、住民の気持ちをどう作っていくかにおいて、大学で学んだ開発協力の知識や自分の力を発揮できると考え、大学卒業と同時に移住。その後任意団体をNPO法人化。

●移住起業場所を選んだ理由

知人が陸前高田市出身だったため、震災時に陸前高田市でボランティアを実施したご縁から、陸前高田市で活動。

STEP2移住起業の
準備・実施**●移住起業時に利用した制度や相談先**

利用した制度は特になし。大学在学中に通っていた社会起業大学でのネットワークを活かして起業を準備。

●資金調達方法

任意団体の際は、自己資金と寄付。NPO法人化の際は、任意団体活動時の残額と補助金で賄った。

●移住起業時に直面した課題・苦労したこと

NPOへの理解度が低く、資金が集まりにくかったこと。また補助金は、いわゆる事業費にしか活用できず、間接費に使えるお金が非常に少ないと。補助金が大体1年単位のため、1年で人件費を払ったとしても、継続して雇用するためにはもう一度補助金を取らなければならないという状況の中で、長期的な戦略が立てづらかった。

●地域での人的ネットワーク形成の方法

最初はボランティアとして、交流事業を通じて町の皆さんとの交流を広げ、市議会議員として事業者や行政職員とネットワークを形成した。消防団に入っているメンバーが多くたり、漁業権を持っているメンバーがいたりと、地元の中に入り込んでいくスタイルを取り、知り合いゼロから事業をスタートしたが、人口約3,000人のうち800人以上の方に交流事業に参加していただけるようになった。

STEP3移住起業後
(現在)**●販路・顧客・提携パートナー・人員確保の状況**

新規事業を組み立てているため、コロナ禍において資金獲得が間に合わず、厳しい中で運営をしている。コロナで収入の60%近くを占めていた交流事業がなかなか復活できていない状況。人員確保については、人を育てるということを非常に強く組織の文化として持っており、基本的には学生時代から関わっているメンバーを採用している。

●事業状況・今後の展望

コロナにより交流事業の実施が難しくなったため、岩手県内で活動できる拠点を増やす等、対面で交流できる方法を模索している。また交流事業とは別に、地元の食を切り口に自分たちで経済を作り直していくという取り組みを進めている。交流・暮らし・研究の3本柱を運動させながら進んでいく。

«地域貢献・社会貢献したいこと»

10年間都会と田舎を行き來したからこそ、どちらも持続可能ではないということを感じている。どのように持続可能な社会を創っていくかを、暮らし部や研究部を通してさらに広めていきたい。

«移住起業に関するTips»

「私たちは支援者だから知りません」というより、「私たちがこの町の住人」という、「おらが町感」を持ってコミュニケーションを取るようにしている。

“肌”で課題を感じながらWeb事業を展開するために移住
地方のDX化という全国規模の課題に取り組む

移住起業家Data



川口 聰 氏

「出身地」> 福岡県 「年齢」> 30代
「移住前居住地」> 東京都 「移住時期」> 2012年
「プロフィール」

福岡県久留米市で生まれ育った。その後東京にて、2012年まで人材ビジネスの会社に勤め、新規事業としてIT企業の立ち上げに関わる。岐阜に移住してから1年間はフリーランスとして活動し、2013年10月に株式会社リーピーを設立。

企業Data(2022/2/7 時点)

株式会社リーピー

「本社所在地」> 岐阜県岐阜市 「従業員数」> 43名
「創業時期」> 2013年10月 「資本金」> 1,000万円
「HP」> <https://leappy.jp/>

「事業概要」
「地方の未来をおもしろくする」というビジョンのもと、「Web制作」と「自社開発のプロダクト」の2つの事業を中心に、全国の地方企業、地方自治体に対して、「デザイン」と「デジタル」の面から支援。広告費ゼロを前提に独自の分析と改善手法を組み合わせ、利益に繋がる「コンサルティング型HP制作」を提供。

STEP1 移住起業の きっかけ



●移住起業のきっかけ

東京で子どもを育てる中、待機児童問題に直面し、妻が仕事をどうするか困っていた。自身は地方出身であり、「地方×Web」というテーマでいつか起業したいと思っていたタイミングが妻の事情と重なり、地方での移住起業を決断した。当初移住後は、1年間フリーランスで仕事をしていたが、大きなことを成し遂げるには当然チームを作らなければいけないと考え、法人化して会社を設立した。

●移住起業場所を選んだ理由

当初東京での起業も考えたが、やはり「地方×Web」というテーマに取り組むためには、地域に移住してデジタル化の現状を知る必要があると感じ、移住を決意。岐阜市を選んだのは妻の地元だったから。

STEP2 移住起業の 準備・実施



●移住起業時に利用した制度や相談先

2013年10月に法人化するタイミングで、非常に安い家賃で使用できる岐阜市のインキュベーション施設を活用した。移住支援制度は、移住当時まだあまり整備されておらず、活用しなかった。

●資金調達方法

パソコンあれば仕事ができるインターネットビジネスのため、初期投資は資本金のみ。その後、起業した後に使える創業制度融資を利用。

●移住起業時に直面した課題・苦労したこと

友人や知り合いのいない土地に移住したので、スタート時は人脈がなく、仕事を増やすのに苦労した。また、東京のある種ビジネスライクな仕事の仕方は通用しにくく、繋がりをとても大事にする地方の仕事の仕方に適合することに苦労した。自治体からは、移住して起業したということに対するお墨付きを貰えるような制度があることが理想。起業当初は移住先に対する信頼がないため、箔になるような認定などいただけるとありがたいと思う。

●地域での人的ネットワーク形成の方法

純粋にいい仕事をして取引先を増やしていくこと。また、経営者仲間が増えていく、紹介などを通じて人脈・ネットワークを広げていった。第三者的に地方を見続け、地方のデジタル化という大きな課題に取り組みたい思いがあるため、あえて地元民だけで構成されるコミュニティには属さないようにしている。

STEP3 移住起業後 (現在)



●販路・顧客・提携パートナー・人員確保の状況

全国の地方に対してサービス提供しているため、各地域×各業種で、地域ナンバーワンになりたい顧客に対して、ある地域でうまくいった事例の横展開もしながら、サービス提供を各地に広げている。採用はすでに居住地のある中途採用ではなく、新天地への引っ越しのハードルが低い新卒採用に注力し、全国規模で採用活動を行っている。

●事業状況・今後の展望

「地方の課題を解決したい」というのがビジョンにあるが、地方でDXを推進できるスキルを有している人材の確保は難しい。今後、継続的に紹介した人を通じてクライアントのDX推進を伴走でサポートしていく人材紹介事業を検討している。人材を通じて地域企業に研修やアドバイスができ、その人材も自社に所属しながら支援ができるため地域企業内で孤立せずに、継続的な支援が可能になる。

«地域貢献・社会貢献したいこと»

全国どの地域でも課題になっているDX化推進のために、全国の顧客を対象に質の高いWeb事業で支援をしている。特に顕著な人材不足に対して、人材を提供するスキームを作ることで、地域企業のニーズに応えながら、地域全体の課題も解決したい。

«移住起業に関するTips»

移住地単独ではなく「地方」と「都会」でマーケットを分けることができる所以、移住地の課題はそのまま日本の地方全体の課題として捉えることができる。そのため、地方でのビジネスは逆に全国展開しやすいことも意味しているので、始めから全国をターゲットにすることが望ましい。

東日本大震災をきっかけに「豊かな未来創造」を目指し起業 インバウンド事業を始め、7社を立ち上げ幅広く事業を展開

移住起業家Data



齊藤 良太 氏

« 出身地 » 宮城県 « 年代 » 30代
« 移住前居住地 » 東京都 « 移住時期 » 2016年
« プロフィール »

1982年宮城県仙台市生まれ。2005年San Francisco State University社会科学院 国際関係学科卒業後、富士通株式会社に入社。3年後に日本マイクロソフトに転職。石巻出張中に東日本大震災に被災。東北復興のためにインバウンド観光振興をベースアイデアとして事業開発を続け、2016年地元東北にて株式会社VISIT東北を設立。

企業Data(2022/1/12 時点)

株式会社VISIT東北

« 本社所在地 » 宮城県伊具郡丸森町 « 従業員数 » 47名
« 創業時期 » 2016年1月 « 資本金 » 5,000万円
« H P » <https://visitohoku.com/>
« 事業概要 »

東北へのインバウンド観光開発・プロモーション事業を展開。その他にも、公共コンサルティング事業や、地域食材を活用した商品開発、ECサイトによる物販、飲食事業などを中心に活動。

STEP1 移住起業の きっかけ



●移住起業のきっかけ

東日本大震災をきっかけに移住。今自分が幸せだと思える環境を未来にも残していく「豊かな未来創造」を目的としたとき、地元企業への転職では実現できないと考え、起業。

●移住起業場所を選んだ理由

出張中に宮城県で東日本大震災に被災したことをきっかけに地元仙台市にリターン。しかし、仙台市のような都市部では、基本的に東京の大手企業の支店で経済が回っており、地方創生というイメージではなかった。そんな中、仕事で丸森町に通うようになり、ご縁を大事にしたいと考え、仙台市から丸森町に拠点を移した。

STEP2 移住起業の 準備・実施



●移住起業時に利用した制度や相談先

利用した制度は特になし。
移住前に東京にいる際、半年間インバウンドに関するコミュニティに参加し、多くの人の繋がりやノウハウを獲得した。

●資金調達方法

起業当初はパソナグループの「東北未来戦略ファンド」からの出資。

●移住起業時に直面した課題・苦労したこと

事業面では特に困らなかった。ただ、戦略と戦術と組織とファイナンスについて、起業のタイミングから勉強できていればもっと早く事業を軌道に乗せられたと感じている。

●地域での人的ネットワーク形成の方法

東京での半年間の起業準備期間に、インバウンド事業に取り組む人たちのコミュニティに参加し、そこで多くの人とネットワークを形成。また、無料のセミナーやパネルディスカッションを開催し、自身が中心となりステークホルダーたちとのネットワークを構築した。地域コミュニティは、前職の営業職の経験から培った強みを活かし、事業に沿ったクライアントやパートナーを開拓した。

STEP3 移住起業後 (現在)



●販路・顧客・提携パートナー・人員確保の状況

現在パートタイムの方も含め47名の従業員の方がいる。販路に関しては、複数の事業を実施しており、実施していないチャネルが存在しないほど。提携パートナーに関しても、数え切れないほどとなっている。

●事業状況・今後の展望

現在グループ会社が7社あり、全て合わせると年商は5億円弱。現在、デジタル教科書の会社やECによる物販など、デジタルに関する領域も多く扱っている。今後もITのみで戦うのではなく、地方の強みとデジタルを掛け算することが武器になるとを考えている。日本の未来に向けた社会課題を解決するような事業で、1億円から10億円程の、ローカルに見合った事業規模の会社をグループとして複数立ち上げ、そこで得た利益を配当等の制度を使って集め、次の起業家に投資していくという仕組みを作ろうとしている。

«地域貢献・社会貢献したいこと»

自分達のお金も稼ぎつつ、余ったお金や資源、リソースを次世代のソリューションに投資していく、人とお金のエコシステムを地域で作りたいと考えている。

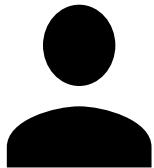
«移住起業に関するTips»

地方と東京圏ではビジネスの仕方が異なるため、一つの事業を縦に伸ばしていくのではなく、小さな事業を複数立ち上げ、横に広げていくようにしている。その上で、首都圏との情報格差等はどうしても存在するため、地方にいるメリットを常に考え方事業に活かしている。

地方の特色あるリソースをWebプロモーションを通じて世界に届けたい
北陸から地方のデジタル基盤の整備を目指す

移住起業家Data

高平 聰 氏



« 出身地 » 東京都 « 年代 » 40代
« 移住前居住地 » 東京都 « 移住時期 » 2013年
« プロフィール »

東京ではサイバーエージェントに約8年務め、東日本大震災をきっかけにワーク・ライフ・バランスを見直した際に、移住を決意。2013年に富山県に移住し、2016年まで地元のメディア会社に勤める。地域にWeb関連の会社が存在しておらず、需要を感じたため、2016年に株式会社プロジェクトタネを設立。

企業Data(2022/2/7 時点)

株式会社プロジェクトタネ

« 本社所在地 » 富山県高岡市 « 従業員数 » 約20名
« 創業時期 » 2016年4月 « 資本金 » 100万円
« H P » <https://www.protane.jp/>

北陸をはじめ、全国ローカル各地のWebマーケティングの推進を目指している。スマートフォンマーケティング支援事業や、メディア運営事業、インターネット広告事業等、webを活用した販売促進や人材採用の戦略立案から、施策の実行、クリエイティブの制作、PDCA分析までを一気通貫でサポートしている。

STEP1 移住起業のきっかけ



●移住起業のきっかけ

東日本大震災を経て、東京で住み続ける意味を考え直し、また、同じころ子供が生まれ家庭と仕事のバランスとるために移住を選択。特にWeb事業に携わっていたため、場所にこだわる必要はないと思った。移住後は、地元のメディア会社に勤めていたが、自身の強みであるデジタルに関わる機会が少なかった。また、地元にエキサイトティングな会社がないから若者が都会に流れるという声を聞くとともに、地元には面白い企業を探す術も限られていると感じ、自分が起業してその課題を解決しようと思った。もともとサラリーマン時代も個人事業主として副業を実施していた。

●移住起業場所を選んだ理由

子どもが生まれてから、家庭と仕事のバランスをとる難しさを感じていた。妻の実家が北陸の方だったので、子育てがしやすい環境があった方が良いのではないかと考えた。また、移住翌年には北陸新幹線開通予定であり、東京へのアクセスも問題ないため、これから伸びる市場だと思い、移住した。

STEP2 移住起業の準備・実施



●移住起業時に利用した制度や相談先

富山県の創業支援金から100万円の援助。相談などは特にしていない。

●資金調達方法

自己資金と、県のベンチャー創業資金を活用。コワーキングスペースを使うなどなるべく初期の固定費を抑えた。

●移住起業時に直面した課題・苦労したこと

移住後、最初に就職した地域は金沢市だったが起業は富山県だったため、地元のコネクションがなく、最初の販路拡大等、立ち上がりの部分で苦労した。資金調達においても最初のコネクションをどう作るかが重要であるため、エンジニア投資家等と出会える場があることが理想的と感じた。また、事業規模が大きくなってきた時の資金調達方法も課題である。加えて、地方は東京との情報格差があるため、どのようにキャッチアップしていくか等、距離の壁を少し感じている。

●地域での人的ネットワーク形成の方法

仕事面では、前職の地元企業でお付き合いのあった方を開拓した。当時、移住者コミュニティ等は存在しなかったため、特に所属していないが、その後地元の青年会議所に入り、同じ世代の経営者との繋がりを持った。

STEP3 移住起業後(現在)



●販路・顧客・提携パートナー・人員確保の状況

設立2年目から新卒社員を積極的に採用している。採用に関しては、ナビ媒体等ではなく、自社ホームページに対して集客をしている。提携パートナーは、地元の金沢大学と共同事業をすることが多いため、キャリアプランについてのセミナーの開催や、東京からサイバーエージェント社の先輩を呼ぶなどして、学生向けのセミナー兼交流会を行っている。人材の裾野を広げるために、テレワーク・時短勤務などなるべくバリエーションのある雇用体系を意識している。

●事業状況・今後の展望

商圏は、北陸三県と関東圏を中心とする。コロナ禍を経て、徐々にデジタルへの投資の機運が高まり伸びている状況だが、地域企業はまだ対面でないと不安という声や、デジタル化が追いついていない企業が多いため、ITリテラシーを上げるための採用力アップセミナーや、Webマーケティングセミナーなどを開催している。地域の中だけで事業を展開していくことに限界を感じるため、今後は、商圏を首都圏に広げていきたいと考えている。また、さらに先(今後5年間)には、地域から海外に直接関わる仕事にも取り組みたい。

« 地域貢献・社会貢献したいこと »

地方活性化には女性と若者の活躍が必須であると考えるために、フレキシブルな働き方が出来る場（職場）を提供したい。地域の方にWebをもっと身近に感じていただけるよう、北陸から全国ローカル各地のデジタル化の基盤を整えたい。

« 移住起業に関するTips »

地方は東京と比べるとデジタル化がまだ進んでいないため、東京で流行っているものをそのまま地方に持ってくるのではなく、現地の段階に合わせ改良すること、また、移住時のイメージをきちんと抱くために、通年の地域の様子や、都市部・山間部の違いなど広く体験するとよい。

食文化豊かな福岡県から“世界一”飲食店に優しいフードテックサービスを コロナ禍の飲食店を救う新しいビジネスモデル

移住起業家Data : 共同起業者



今井 了介 氏

『出身地』 東京都 『年齢』 50代
『居住地』 東京都 ※移住はしていない
『プロフィール』

安室奈美恵、Little Glee Monster、嵐、AAA、三浦大知などのアーティストに楽曲を提供してきた音楽プロデューサー。東日本大震災をきっかけに、衣食住に関するビジネスに興味を持ち、2018年にGigi株式会社を立ち上げ。

STEP1 移住起業の きっかけ



●移住起業のきっかけ

〈今井氏（起業のみ経験）〉東日本大震災の際、被災地が衣食住で困っている時に音楽やエンターテインメントが非常に無力だと思ったことがあり、以来、衣食住にまつわるプラットフォームで何か社会に貢献できる事業をやりたいと思っていた。

〈杉山氏（移住起業を経験）〉前職で長く福岡県に携わっていたが、その時に、ネットワークや情報が少ないだけで本当は色々な仕事ができる環境があり、勿体ないという想いが高じていた。前職で経験した、地域の人と東京の人との交流を深める活動に面白さを感じ、自身の生業をシフトし、福岡にも拠点を構えることにした。

●移住起業場所を選んだ理由

〈今井氏〉福岡県は、食文化が豊かで、また人間関係が濃く、地元愛が強いカルチャーが醸成されていると感じた。加えて、福岡市が官民一体となってスタートアップベンチャーを応援する土壤があった。

〈杉山氏〉Twitterを活用し、店舗から地元利用客に即時性の高い情報を提供できる「大名なう」サービスを手掛けたとき、色々な方に取り上げていただき、サービス拡大には、東京よりも地方の方がいいのではないかと考えた。メディアに取り上げられるスピードは地方の方が相当早い感覚があり、事業等の立ち上げ拠点を福岡にすることにした。

STEP2 移住起業の 準備・実施



●移住起業時に利用した制度や相談先

〈今井氏〉最初は、福岡市のベンチャー支援組織「Fukuoka Growth Next」に入居。そこで、様々なコミュニティへの紹介をいただいたり、自社サービスを紹介していただいた。また、福岡市の「創業特区」による税制優遇の恩恵も受けられた。

●資金調達方法

〈今井氏〉初期投資は、共同創業者4名による持ち寄り。2018年以降、「ごちめし」サービスを開発する際の資金調達は、事業内容がソーシャルグッド主眼であり、かつ持続性を重視しているという観点から、友人等やエンジェル投資家からの出資を募った。

●移住起業時に直面した課題・苦労したこと

〈今井氏〉現在はコロナ禍を経てずいぶん変化したが、当時は印鑑証明だけ取りに行ったり、社会保険事務所に行ったりするためだけに現地に行く必要があり、様々な書類がアナログで行われていた点。

●地域での人的ネットワーク形成の方法

〈杉山氏〉福岡市のITコミュニティの立ち上げに関わっていたため、当時からの自身のIT人脈を活用。また、福岡は音楽の街ということもあり、今井氏の音楽仲間のコミュニティからも拡大していった。

●販路・顧客・提携パートナー・人員確保の状況

〈杉山氏〉従業員は外注や兼業の方を含め、福岡・東京を中心に採用。共同創業者4名が従来からリモートワークなど柔軟な働き方をしていたので、居住地で制限する採用はしていない。福岡県は、コミュニティを紹介し合う文化構築されているため、パートナー開拓等はしやすいと思う。

●事業状況・今後の展望

〈今井氏〉「びづめし」（出張時・リモートワーク時等に、オフィス街の飲食店をどこでも社食として利用できるサービス）を地元飲食店や小売店を支援することで地域経済を応援しているというSDGsを意識した経済活動に繋げていきたい。また、「ごちめし」（様々な想いをお食事券（電子チケット）とともに贈れるギフトサービス）のプラットフォームを応用した、企業や飲食店自身が割引チケットや回数券を発行できるような、チケッティングサービス「Gochi for ビジネス」をBtoBで活用したい。また、「こども食堂」は、寄付を集める母体となるNPOの設立等、取り組みが長く愛されるような仕組みを作りたい。寄付で取り組みに賛同していただけると、地域の飲食店にもきちんと還元される。

〈杉山氏〉「びづめし」は地域内での多様な展開、「こども食堂」は、子ども支援サービスの地域への浸透を目指す。

STEP3 移住起業後 (現在)



〈〈地域貢献・社会貢献したいこと〉〉

貧困に直面する子供の衣食住を支援する「街ごとこども食堂プロジェクト」を評価いただいたことを契機に、この取り組みが新しい解決策として様々な自治体に広まると嬉しい。地域密着型・固有の個店を中心に各地の飲食店を、デジタルを活用したソリューションで応援したい。

〈〈移住起業に関するTips〉〉

コミュニティを形成し、地元の事業会社、スポンサー、銀行等が加わり、お互いの情報交換を促進していくような場づくりは重要。移住起業者のビジネスを地元の企業含めて育てていけるようなネットワークづくりを心掛けている。

ワーキングプラーを日本からなくすために 地方に仕事を作り小さな経済活動から循環型社会を実現する

移住起業家Data

伊藤 純 氏



「出身地」新潟県 「年齢」30代
「移住前居住地」千葉県 「移住時期」2019年
「プロフィール」

学生時代から街づくりに興味があり、イオンモール株式会社に入社。前職で、人口減少している地域の店舗の閉店という現状に直面し、持続可能な地域社会の構築に関心を抱いた。地方で仕事を創出するという観点から、2019年にきら星株式会社を立ち上げた。

STEP1 移住起業の きっかけ



●移住起業のきっかけ

前職の時に、地方活性化するために地方に移住する人をサポートするサービスを立ち上げようという構想はあった。大企業は制度が整っているが、子育てをしながらの時短勤務など逆に多く働きたくても制限があり、裁量で時間の制約なく働きかける起業を考えた。従って、起業準備は2018年の会社員時代から行っていた。当時、子どもを保育園に入れて3年目のタイミングで、周りにすぐ頼れる人がいない環境に疑問を持ち、また、このまま子どもが首都圏の競争社会に巻き込まれてしまう感覚があったため、移住を検討した。

●移住起業場所を選んだ理由

当初、首都圏で仕事に困っている人を地方へ移住させるソリューションを考え、就業しやすい観光地を想定した。ゆくゆくは全国展開を見据えた際、なるべく早く成果を出すために、首都圏から新幹線で90分以内の場所を考えた。上記の条件を満たし、リゾートマンションが安価で手に入る等の好条件も揃っていた湯沢町は住む場所を提供しやすいと考え、移住先として選んだ。また、プライベートでは、趣味の野外フェスがよく開催されており、馴染みがあった。

STEP2 移住起業の 準備・実施



●移住起業時に利用した制度や相談先

公益財団法人「にいがた産業創造機構」への相談や、補助金制度等を利用した。相談先は地域でビジネスをされているママ友コミュニティ。

●資金調達方法

資本金は全て、社会起業家支援を行っている株式会社ボーダレス・ジャパンからの出資を受けている。現在のところ、新たな融資や出資は受けおらず、自己資金で賄っている。

●移住起業時に直面した課題・苦労したこと

ビジネス環境があまり整っておらず、人脈も含めて一から構築しなければいけない点。人脈がないと地方でやっていくのは難しいため、金融機関や行政職員等の信頼できるビジネスパートナー、取引先、営業先増やしていくか、いずれもゼロベースで実施しなければならなかった。

●地域での人的ネットワーク形成の方法

メインパートナーである湯沢町役場に対し、起業前から事業内容について営業を行った。金融機関に対しても、自社の新しい取り組みを、しっかりと説明し、人材に困っている会社があれば紹介して欲しいと人材紹介事業について営業をした。泥臭く一から直接面会したり、電話でアポイントを取りながら開拓していった。その際も、人からの紹介だと信頼感が増すため、必ず人から紹介していただき会うようにしていた。

STEP3 移住起業後 (現在)



●販路・顧客・提携パートナー・人員確保の状況

現在2名で会社経営しているが、運営しているコワーキングスペースのメンバーが約30名おり、その方々と連携しながら様々なプロジェクトを行っている。メイン顧客は湯沢町役場であり、ワンストップ移住相談業務を受託している。人材紹介事業では、実際に地域企業に人材を供給し、紹介料をいただいているため、地域で人材募集をしている企業が主な提携先。

●事業状況・今後の展望

事業を始めて、特にコロナ禍で、相談件数は急増している。移住者も増えているが、テレワーカーが7割程と急増しており、職業紹介事業の需要に変化が出ている。現在は、町と一緒にローカルアントレプレナーの育成に取り組んでいる。地域おこし協力隊の事業スキームを活用し、地域課題を解決する人材を地域おこし協力隊として採用し、我々が起業支援を行っている。今後の展望として、上記のような地域課題を解決する人材を年間1人、2人ずつ増やしていきたい。また、こうしたパートナーシップを湯沢町だけでなく、窓口業務も完全委託している自治体はまだ少ないので、より広い地域に広げていきたい。

«地域貢献・社会貢献したいこと»

自治体と連携しながら地域の移住者・起業者を支援することで、地域課題を解決できる人材を増やしていきたい。その枠組みを他の自治体に展開し、提携先を増やすことで、ある地域では合わなくても他の地域を紹介できるので、社会全体のインパクトが大きくなる。

«移住起業に関するTips»

地方起業で上手くいかない方は、ダイレクトアプローチを軽視しており、テレアポ、メールでのアポ取りで止まっている場合が多い。地域のハブとなるような方と繋がり、その方の紹介でビジネスの幅を広げていくことが重要。

信州の廃棄フルーツを減らすために 地域おこし協力隊をきっかけに最新の冷凍技術でフードロス問題に取り組む

移住起業家Data



前田 隆幸 氏

「出身地」 静岡県 「年齢」 40代
「移住前居住地」 神奈川県 「移住時期」 2018年
「プロフィール」

貿易関係の仕事を経て、移住前は神奈川県で建築関係のマンションの修繕の仕事に従事。2018年4月から地域おこし協力隊として豊丘村に移住し、2020年4月に南信州クリエイション株式会社を設立。

企業Data(2022/1/28 時点)

南信州クリエイション株式会社

「本社所在地」 長野県下伊那郡豊丘村 「従業員数」 3名
「創業時期」 2020年4月 「資本金」 300万円
「HP」 <http://m-s-c.co.jp/>
「事業概要」

特殊冷凍装置を導入し地元の果物を活用し、フローズンフルーツに商品化し販売している。南信州の果物の魅力を高めるとともに果樹農家における選外品の廃棄ロス削減にも取り組んでいる。

STEP1 移住起業のきっかけ



●移住起業のきっかけ

建築関係の仕事をしていたが、体調を崩し、関心のあった飲食の仕事をのんびり田舎でしようと思った。友人が秋田市地域おこし協力隊で取り組んでいたバーベキューを使った地域おこしに関心を抱き、地域おこし協力隊として豊丘村に移住。南信州の地域情報や風景、おいしい食材等をSNS等で発信する中、知人から冷凍フルーツの製造会社を探しているという相談を受けた。南信州は特に1年中フルーツがある地域なので、自分が地元に冷凍フルーツの工場を作ろうと思った。

●移住起業場所を選んだ理由

出身の静岡県の伊豆を検討していたが、2018年に東京ビックサイトで行われた全国移住フェアで、豊丘村のブース担当者と話し、当初構想していたバーベキューを使った地域おこしについて前向きに面白いと言っていたとき、移住しようと思った。長野県は関東圏・関西圏にもアクセスが良く、豊丘村も近隣の飯田市に大きな病院があるなど、生活しやすい環境だと感じた。

STEP2 移住起業の準備・実施



●移住起業時に利用した制度や相談先

地域おこし協力隊として役場に勤めていたため、役場の方、また非常に面倒見のいい商工会の方に相談していた。商工会からは、補助金や地域について紹介いただいた。

●資金調達方法

初期投資は自身の持ち出しと、日本政策金融公庫と地元の信用金庫から、工場設立と運転資金ための融資を受けた。

●移住起業時に直面した課題・苦労したこと

最初は家探し大変だった。田舎は物件が多いと思っていたが、貸してくれる空き家が少なかった。結局自治体が地域おこし協力隊用に用意してくれた教員住宅に落ち着いた。別の自治体の地域おこし協力隊の仲間も、任期終了後に住む家が見つからず、他の地域に行かざるをえなかったという話を聞いた。

●地域での人的ネットワーク形成の方法

起業するまでに、役場の人とのネットワークができたため、様々な情報提供を受けたり、役場の職員が土地の地主さんとの仲介役を担ってくれたり、資金面に関しても、役場が融資の後ろ盾をしてくれた。また、同様に地域おこし協力隊として活躍されている方とのセミナー等に参加しネットワークを広げている。

STEP3 移住起業後(現在)



●販路・顧客・提携パートナー・人員確保の状況

フルーツの仕入れについては、品質の良いフルーツを持っててくれる生産者の知り合いは、同様に良いものを持ってくれるといった、地元生産者の横の繋がりを活かしている。販路は、県の中小企業振興センターからの紹介や、地元メディアに取り上げていただくなど、知名度を高めながら拡大している。加工や生産に関わる業務は地元の方がやはり得意なところだが、一方営業職等は人集めが難しいと思う。

●事業状況・今後の展望

まずは地元のフードロス問題に着目して商品開発していたが、更にこの冷凍フルーツを多くの方に楽しんでいただくために、地元の方が胸を張って美味しいと言えるような、高品質なフルーツを使った高級路線の新商品を開発している。飯田市のデザインサポート事業の支援を受け、パッケージも刷新している。今後は大手の食品卸会社と、そこを通じて東京や首都圏の大きな高級スーパー等にその新商品を展開していく戦略を練っている。

«地域貢献・社会貢献したいこと»

信州地域で豊富に収穫されるフルーツのフードロス問題に取り組みたい。最新の冷凍技術で、地元フルーツをより長く・品質高く提供することで、地域資源を活用するとともに、村のSDGsの取り組みの一つとして、イメージアップに繋げていきたい。

«移住起業に関するTips»

地域で起業する場合は、人の繋がりがポイント。地域の人脈を沢山持っている方と仲良くなる等、いかに溶け込めるかが重要。都会と地域のライフスタイル・コミュニケーションスタイルの違いを認識し、地域行事への積極的な参加を心がけるなど、高いコミュニケーション能力が必要。

グローバルな経営経験を活かし、サテライトオフィスを経営 学生時代から慣れ親しんだ地域の魅力を海外に発信

移住起業家Data



坂本 直弥 氏

«出身地» 神奈川県 «年齢» 50代
«移住前居住地» 東京都 «移住時期» 2020年
«プロフィール»

東京及びフィリピンの大手会計事務所で会計業務に従事後、フィリピンで創業。出版、経営コンサルティング、不動産の他、フィリピンを中心には、海外進出企業を支援。JICA専門家としてフィリピンと西バルカン諸国で中小零細企業振興や投資促進にも従事。林業をはじめとして、一次産業にも関心が深い。現在は、串本町に完全に定住し、2020年7月に株式会社古座MORIを設立しつつ、フィリピンの会計事務所も経営。

企業Data(2022/1/27時点)

株式会社古座MORI

«本社所在地» 和歌山県東牟婁郡串本町 «従業員数» 3名
«創業時期» 2020年7月 «資本金» 200万円
«事業概要»

「サテライト古座」という古民家を改装したサテライトオフィスを運営。サテライトオフィスの利用企業や地元企業との連携により、宇宙産業やMaaSなど、地域課題解決のための革新を進める事業の誘致・調整を行っている。今後、宿泊施設を整備するとともに、海外の方に向けて串本町を中心とした南紀をアピールしていく活動を進める予定。

STEP1 移住起業のきっかけ



●移住起業のきっかけ

仕事で日本、フィリピン、その他の国を廻る生活を続ける中、もともとリモートワークは実践してたが、顧客との関係上、都市部を本拠地としていた。コロナ禍でクライアントからもリモートワークが許容されるようになったので、定住地として以前から関心があった日本の田舎への移住を決めた。会計士として既に多くの事業を立ち上げており、起業ハードルはさほど高くなかった。

●移住起業場所を選んだ理由

最初は東南アジアの田舎も検討したが、治安やインフラの課題が多かった。一方日本の田舎はインフラも整備され、将来、アジア各国でも日本の地方に対する評価が高まると考えた。約10年前に水源地の購入を検討していたところ、学生時代から研究やボランティアで縁があった古座川町の山を見つけ、家族と見に行って気に入ったので購入した。歴史的に国際的に活躍される方が輩出される土地柄で、民間ロケット射場建設も進むなど、国際性が感じられた。

STEP2 移住起業の準備・実施



●移住起業時に利用した制度や相談先

東京の有楽町で、一度会ってみたいと思っていた移住者の方がお話を来られる和歌山県の移住セミナーに参加した。その際、串本町の移住促進担当の方がおり、県移住起業の交付金等、移住起業の支援制度について教えていただいた。

●資金調達方法

初期投資は個人の貯金と、事務所の改装費などに移住起業補助金、県の個人向けの移住支援金、町の補助金を活用。事業運営に際しては、町から請け負ったプロジェクトの前受け金と、地銀から借り入れしている。

●移住起業時に直面した課題・苦労したこと

移住起業は、移住してからビジネス上の接点を求めて動いていくことになるので、初年度の売上は特に苦戦しがち。融資を活用する必要があるが、いずれの融資もゼロベースで審査され、また支店も遠方のため手続きが煩雑だった。審査も3~4ヶ月掛かるため、その間の経営が困難になる場合もあるのではないか。

●地域での人的ネットワーク形成の方法

地元のキーパーソンに取締役に就任いただき、地元人脈を紹介していただいた。公的な支援をいただけるものはいたりつつ、地元メディアの取材を積極的に受けて地元の方に見てもらえるようにした。町内会を通じて地域の課題に取り組んだり、世界遺産やジオパークなど、和歌山県の地域ガイドの資格を取り、研修などで人脈を作っている。また、南紀未来ラボやオンライン関係人口未来ラボなど、オンラインでの人脈を広げていった。

STEP3 移住起業後(現在)



●販路・顧客・提携パートナー・人員確保の状況

商社・技術開発系の企業と連携し、例えば電気自動車での移動中に排出されるCO₂をゼロにする「ゼロ旅」や、自動運転バスの運行等の社会実証実験を串本町で実施している。また、和歌山県は東京大学先端科学研究所、串本町は和歌山大学と連携を強めており、母校の京都大学を含め、アカデミズムと民間企業と地域が連携できる場を作っていくと考えている。

●事業状況・今後の展望

シェアオフィスと宿泊業を始める予定だが、コロナ禍もあり本格的にオープンしていない。今後は、大企業や地元の個人事業者を中心にシェアオフィスを使っていただくため準備をしている。フィリピンで経営している会計事務所のスタッフと連携しながら、古座川町の情報を英語で発信し、コロナ後に向けて外国の方向けに地域のアピールを準備している。

«地域貢献・社会貢献したいこと»

ポテンシャルがあるが、なかなか外の目が向かない地域のビジネスチャンスを世界にアピールし、様々な業界から投資を呼び込むお手伝いをしたい。また、豊かな山林資源を生かし、自伐型林業を促進する研修を支援することで、地元でのエネルギー活用にも取り組みたい。

«移住起業に関するTips»

移住前に現地のビジネス情報を取得し、シェアオフィス等を活用して副業やお試し起業するなど、事前準備をしっかりするのがよい。事業計画コンテストや起業教室等の活用も有効。また、地元側でもそうした移住前の起業相談ができる体制を整えるべき。

地域の伝統的工芸品の魅力を世界に発信するために 鍛冶の世界で起業に挑戦

移住起業家Data



嶋崎 絵里 氏

« 出身地 » 高知県 « 年代 » 40代
« 移住前居住地 » 埼玉県 « 移住時期 » 2020年
« プロフィール »

高知県香美市出身。東京で外資系信用保険会社に勤めた後、2020年4月に高知へリターン。地元の特産品で、身近に感じていた土佐打刃物が県外ではあまり知られていないことをもったいないと感じ、土佐打刃物の商品を企画・販売する「SOMATAKA」を立ち上げる。

企業Data(2022/1/13 時点)

SOMATAKA

« 本社所在地 » 高知県香美市 « 従業員数 » 1名
« 創業時期 » 2020年9月 « 資本金 » 非公開
« H P » <https://www.somataka.com/>

国指定伝統的工芸品である土佐打刃物の企画・販売等を行う。それぞれの暮らしに合う提案を行い、デザインからオーダーメイド対応も可能としている。将来的には、海外への販売も視野に入れ、自社ECサイトを運営している。

STEP1 移住起業の きっかけ



●移住起業のきっかけ

東京のような都会での生活から一旦離れたいと思い、数年前からリターンを考えていた。仕事を考えた際に、コロナ禍直前で前職を辞め、当時はテレワークもコロナ渦中より推進されていなかったためリモートワークで東京の仕事を続けるのが難しく、また、東京での経験を活かせる就職先を高知で見つける事も難しかった。もともといつかは起業しようと考えていたこともあり起業した。

●移住起業場所を選んだ理由

移住、起業準備をしていく中で、慣れ親しんだ地元の土佐打刃物で起業したいと考え、地元に帰ることを決定。最初に東京以外で移住を考えた際には、移住前直前3年間は埼玉県に住んでいたこともあり、埼玉も候補にあった。

STEP2 移住起業の 準備・実施



●移住起業時に利用した制度や相談先

有楽町で行っていた高知県の移住フェアに行き、起業も考えていると相談したら、高知県産学官民連携・起業推進課が都内で開講していたスタートアッププログラムを勧められ、参加した。また高知県の起業支援アドバイザーからオンライン会議で事業計画書を作成するためのアドバイスをいただいた。その後、県の起業支援窓口に相談し、鍛冶屋、金融機関、各種専門家等と繋いでいただいた。起業支援金の交付も受けている。起業については、東京の前職の上司や友人等に事業計画書を見せて相談するなど東京の人脈も活用した。

●資金調達方法

政策金融公庫からの借り入れと自己資金。

●移住起業時に直面した課題・苦労したこと

移住、起業時期がちょうどコロナウィルスの感染拡大期であり、起業相談や取引先の訪問など直接面会することが難しく、苦労した。県の起業支援金の交付決定を受けたが、補助金の交付決定後にしか起業ができない要件だったので、決定までの間、準備等出来ないこともあり大変だった。

●地域での人的ネットワーク形成の方法

訪問はもちろんだが、最初に紹介していただいた鍛冶屋さんが出品するマーケットを手伝い、関係を構築した後、他の方を紹介していただく等、1人に繋がることで広がっていった。

STEP3 移住起業後 (現在)



●販路・顧客・提携パートナー・人員確保の状況

2021年5月から販売開始を開始したばかりで、現在は仕入先と販路を探すことには苦労している。提携パートナーとなる鍛冶屋は、需要に対して供給が足りていないため、依頼を受けてくれる方を探すことが難しい。また、法人ではなく個人の取引先が多く、先方の個人的な理由で取引が継続できなくなる可能性もあり、商品の安定的な供給も課題。

●事業状況・今後の展望

現在は、これまでにないデザインや取り組みから地元メディア等に取り上げていただくことも多く、ギフトとしてのご購入も多くいただいている。今後は、国内でのブランドの認知度向上、販路拡大を目指すと同時に、アフターコロナのインバウンド向けの展開や海外販売も視野に、展示会への出展、B to Bサイトへの掲載、自社ホームページの英語化を計画している。国内でもあまり知られていない土佐の伝統的な刃物文化を世界に発信していくと共に、若手職人を中心に業界の結束を強化し、イベント開催や勉強会、情報交換等、伝統が次世代に続いているための取り組みを始めている。

«地域貢献・社会貢献したいこと»

地域の伝統的工芸品である土佐打刃物の歴史や文化を尊重し、商品を企画している。限られた職人がもつ優れた技術を映像化するなどして、土佐打刃物ならではの魅力を全国・海外へ広めると共に、次世代の職人の参考資料となるよう技術を残していく。

«移住起業に関するTips»

地元のコミュニティを広げるためには、相手の話を聞き、地域に馴染むきっかけを探る事も重要。実際に足を運んだり、一緒に活動する事で信用を得られる部分もあると感じる。また、求めていたり困っている事を相談することで援助していただく機会が多く、積極的に発信する事を勧める。

副業で地域おこし協力隊として地域中小企業の課題解決に取り組む
本業の知見を活かし、「地域の人事部」をテーマに活動

移住起業家Data



横山 晓一 氏

« 出身地 » 静岡県 « 年代 » 30代
« 移住前居住地 » 愛知県 « 移住時期 » 2019年
« プロフィール »

大学卒業後、2014年株式会社インテリジェンス(現パーソルキャリア)に入社。2019年4月からは、副業で長野県塩尻市の「地域おこし協力隊」として塩尻商工会議所に所属し、地元の中小企業に関する、採用課題の解決などに取り組む。2020年11月に非営利活動法人MEGURUを設立。

企業Data(2022/1/14 時点)

非営利活動法人MEGURU

« 本社所在地 » 長野県塩尻市 « 従業員数 » 13名 ※業務委託
« 創業時期 » 2020年11月 « 資本金 » 0
« H P » <https://meguru-shiojiri.studio.site/>
« 事業概要 »

「地域の人事部」をテーマに「はたらく」を通じて自分の人生を生きるキャリア支援と法人企業の戦略人事支援を通じ、地域企業向け経営伴走・人事支援、社会人向けキャリア開発・プロボノ支援、学生向けキャリア教育・インターンシップ促進に取り組む。

STEP1 移住起業のきっかけ



●移住起業のきっかけ

長野県の出身の妻から「いつかは地元に帰りたい」と聞いている中、自分もローカルで活動したいという思いがあつたため、長野県と繋がるきっかけを探していた。長野県の方とのご縁から、塩尻市の地域おこし協力隊の募集を知り、応募。自分自身の地域の一員(当事者)として活動したいと思い、副業で地域おこし協力隊として活動するために移住。起業しようと思って移住したわけではないが、地域おこし協力隊として地域の課題解決に取り組んでいく中で、自分自身のミッションと地域課題が重なり、ビジネスで取り組みを継続する必要があると感じ、起業した。

●移住起業場所を選んだ理由

塩尻市の地域おこし協力隊の募集記事を読み、地域課題をビジネスの力で解決していくという考えに感銘を受け、実際に訪問し、自分もここでやってみたいと思った。一緒に何かをしたいと思える仲間がいたのが一番の決め手。

STEP2 移住起業の準備・実施



●移住起業時に利用した制度や相談先

塩尻市として「地域の人事部」というテーマで組織を作るとしたらどういう役割を担えるのか等、行政・第三セクター・中小企業をはじめ、いろんな方にヒアリングを実施。行政や経営支援機関、教育機関など様々な団体と連携するためにNPO法人を選択。その他、塩尻市の副業人材活用プロジェクトで、中小企業の雇用創出、人材獲得の課題解決のための採用戦略・戦術に対するアドバイスをするCHROとして採用した方に、メンターとして相談していた。

●資金調達方法

NPOのため資本金はゼロ、準備金は自分自身とあとはNPOの会員制度として10万円程度。1年目の事業は、長野県のソーシャルビジネス創業支援金を活用し、30万円程度の経費補助を受けた。

●移住起業時に直面した課題・苦労したこと

現地のプレイヤーをいかに増やすか、自分と一緒に動ける現地の協力者をいかに増やすかが課題。例えば地域の中小企業とリレーション構築や、地域の課題を見つけていくことは、現地にいないとできないため、なかなか現地に入り込んだプレイヤーが集まりづらく苦労している。

●地域での人的ネットワーク形成の方法

地域おこし協力隊のときに所属していた商工会議所を通じてネットワークを形成。商工会議所や地域おこし協力隊という肩書きがあると、様々なコミュニティに参加しやすかった。また、青年会議所にも所属しており、同世代の経営者とはそこで出会うことができた。地域のイベントや行事等にも自分自身で積極的に参画し、ネットワークを広げた。

STEP3 移住起業後 (現在)



●販路・顧客・提携パートナー・人員確保の状況

NPOとして法人を立ち上げる前に、いろいろな方に構想を話していたため、設立段階である程度賛同者や関わって頂く方は集まった。地域に人事機能が不足しているという課題は、共感を得られやすく、なにか一緒にやりたい・関わるためにと思って頂く方は、企業も個人もとても多い。

●事業状況・今後の展望

今まで関係人口や副業文脈が多くあったが、より地域の中小企業の支援に注力していく。今も地域の中小企業の採用のお手伝いや人事制度や研修の支援をしているが、複数社での合同研修や人材シェアリングなど、一社に留まらない地域単位での人事機能強化を図っていきたい。また、地域の高校生・大学生たちをもっと地域に関わり、地域に愛着を持つ若者を増やしていくためのプロジェクトも計画中。

«地域貢献・社会貢献したいこと»

「塩尻の人事部」として、個人のキャリア自律と企業・地域の成長を支援したい。「人」と「組織」をつなぐ中間支援団体として、人づくりを通じて、人が笑顔ではたらく未来を、塩尻から創り出していきたい。

«移住起業に関するTips»

自分の得意分野や専門でないことでも、地域の方のニーズに応えることで、喜んでもらったり、何かあれば相談してくれる信頼関係を築けるようになった。自分のミッションはここだからと狭めるのではなく、「信頼資本をいかに貯めるか」という視点で地域に関わっていくことが大事。

自分が取り組んできた宿泊事業を、コロナ禍で再生するために移住
新たに地域商社を立ち上げ、地域観光発展への貢献を目指す

移住起業家Data



小柳 秀吉 氏

『出身地』 東京都 『年齢』 40代
『移住前居住地』 東京都 『移住時期』 2020年
『プロフィール』

東京生まれ、千葉育ち。大学卒業後、総合旅行会社、楽天トラベルを経て、株式会社百戦錬磨で民泊事業の立ち上げに参画後、独立し株式会社トリップシードを立ち上げ。民泊施設の運営や運営サポートの他、観光プロデュース業を実施。活動の拠点を徳島に移し、2021年には創業2社目となるあわい株式会社を立ち上げ。

企業Data(2022/2/2 時点)

あわい株式会社

『本社所在地』 徳島県阿南市 『従業員数』 4名 ※パートナースタッフ含
『創業時期』 2021年6月 『資本金』 100万円
『HP』 <https://awaishouten.com/>
『事業概要』
阿南信用金庫と共同で立ち上げた阿南市はじめ徳島県を主とする地域密着型の地域商社。自社が運営するECサイト「あわい商店」では、阿南を象徴する、太陽、海、森林、これら自然の恵みを存分にいただいた商品、心とカラダにやさしい本物だけをお届け。生産者や事業者の方々が大切にすることを多くのお客様にお伝えしていくことを理念に活動。

STEP1 移住起業の きっかけ



●移住起業のきっかけ

東京で創業した株式会社トリップシードが運営している徳島の宿を、コロナ禍で立て直す必要があり、徳島に移住。コロナ禍が継続する中、観光業だけでは難しいと危機感を感じ、既存の旅行事業と並行し、地域商社を徳島で起業。地域の食をはじめとした特産品などを扱う「あわい商店」のEC販売を実施。

●移住起業場所を選んだ理由

民泊のスタートアップ企業に勤めていた際に、地方エリアでの民泊推進に向けた動きがあり、徳島へ通うようになつた。当時、徳島コーディネーターの方に多くの方を紹介して頂き人脈が広がり、徳島への愛着が深まった。

STEP2 移住起業の 準備・実施



●移住起業時に利用した制度や相談先

商工会議所に県内事業者に向けた助成金や補助金等について相談。徳島県内の小規模事業者向けコロナ対策の補助事業制度を活用した。

●資金調達方法

資金は自己資金。信用金庫から初期運用資金として、数百万を借入。

●移住起業時に直面した課題・苦労したこと

コロナ禍で移動や対面コミュニケーションに制限があり、仕事以外のプライベートな交流機会がなかった。そのため、パートナー事業者とのコンタクト頻度を上げる事や、取扱商品の購入、体験後のフィードバックをすることで、地域の事業者との付き合いを短期間で深めた。また、コロナ禍でイベントが中止になり、取扱商材の都市部への販路拡大が図れなかつたため、EC販売や地元の実店舗での販売を構築中。

●地域での人的ネットワーク形成の方法

移住の初期段階で、より多くの方々にコンタクトを取り密な対人関係を構築していく事がポイントだと考えているため、なるべく多くの方に会いに行く事を心掛けた。地域内のイベントや集まり、清掃活動等に関して積極的に参加し、地域内での人間関係がどのようになっているのかを把握した。また、その中で出会ったキーパーソンから多くの方々を紹介頂いた。この大きな繋がりの1つが阿南信用金庫とパートナーシップを組んで地域商社を設立し、信用金庫のネットワークも活用するに至った。

STEP3 移住起業後 (現在)



●販路・顧客・提携パートナー・人員確保の状況

BtoCの販路では、インターネット販売チャネルを推進している。BtoBの販路は、飲食店やデパート等の販路先を知る方に繋いでいただく等、構築段階の状況である。人的リソースは事業拡大を目指す中で不足しており、新規商品開発企画や地元で営業活動ができるパートナーメンバーの開拓を実施中。

●事業状況・今後の展望

阿南の特産品を製造・取扱販売している方々との繋がりは構築できたため、今後はOEMや自社商品の開発・販売を目指す。特色ある商品のストーリーを丁寧に構築し情報発信をした上で、現地で実際に働く職人や、その周辺にある自然や歴史環境も含めた、阿南の魅力ある素材を体感しに訪れるツーリズムを創出したい。また、徳島県全域の地域商社となれるよう、阿南市以外の市町村にもエリアを拡大していく。

⟨⟨地域貢献・社会貢献したいこと⟩⟩

地域の特産品を販売することで、地域のストーリーを伝え、その後、徳島へ観光で来てもらう、そして地域への愛着が芽生え、また旅に来るという循環が作りたい。「阿南市のファン創り」に寄与し、地域観光発展への貢献を目指す。

⟨⟨移住起業に関するTips⟩⟩

目線を二軸持つことを心掛けている。地域にどっぷりと浸かりながら地域の方と同じ目線に立って活動する一方、ビジネス視点でお話しする一部の要素においては、外目線に立ち、客観的な視点を持つようにしている。

➤ 自治体概要

人口2,027,499人（令和4年2月1日現在）。総合5ヶ年計画である「しあわせ信州創造プラン2.0」での6つの基本方針において「人をひきつける快適な県づくり」、「産業の生産性が高い県づくり」を掲げる。東京圏から比較的近い軽井沢、佐久市、上田市等の東信地区、移住モデル地区として認定し、中京圏、関西圏からアクセス面でも優位な飯田市や伊那市等の南信地区など地域・77市町村において特色が異なる中、「田舎暮らし楽園信州推進協議会」において市町村や金融機関、民間団体との連携を進め、移住促進等にも取り組む。若年層や子育て世代というターゲットに合わせた情報発信・プロモーションを実行し、東京圏近郊という特性を活かしながら二地域居住推進にも取り組む。起業支援においては「信州ITバレー構想」の枠組において東京圏のIT人材誘致・事業の促進を図るとともに、「地域課題解決」に着目。ソーシャル・イノベーションの観点で事業に取り組む移住起業者を含めたスタートアップの創業支援、事業成長加速化支援、ベンチャーキャピタルや民間の起業家育成支援団体等との連携も進め、起業者の事業の加速・拡大に繋がる環境整備等を進めている。

移住起業に関連する主な取り組み

資金支援

➤ U-I-Jターン就業・創業移住支援事業

長野県と県内市町村では、県内企業等の担い手不足の解消及び地域課題の解決並びに県内への移住の促進を図るため、東京圏（埼玉県、千葉県、東京都及び神奈川県）、愛知県又は大阪府から移住し、県内で就業又は創業をしようとする方に対し、移住支援金を支給。移住支援金の対象となる求人情報はマッチングサイト「長野県移住支援金対象求人サイト」で検索できる。

単身世帯の場合：最大60万円／人、2人以上世帯の場合：最大100万円／世帯支給

主な移住支援制度・取り組み

情報/PR

➤ 移住総合WebメディアSuuHaa

地域の新聞社や気鋭の編集集団、様々なクリエイターと連携し、若年層をターゲットに置き、長野県の情報を発信。地域性に特化したWebコンテンツを定期的に配信。

情報/PR

➤ 移住ポータルサイト「楽園信州」

信州での田舎暮らしについて紹介する移住ポータルサイト。三大都市圏で開催している「楽園信州移住セミナー」等の情報や長野県全体の移住支援制度について掲載。

資金支援

また、市町村の移住・定住支援制度と見比べながら住まい探し可能な「楽園信州空き家バンク」や、長野県への移住・二地域居住の希望者を対象とした無料会員制度「会員制楽園信州ファミリー」では、八十二銀行の移住・二地域居住先での住居購入をサポートする「信州☆移住特別ローン」やレンタカー基本料金割引等がある。

情報/PR

➤ 二地域居住サイト「ニブンノナガノ」

二地域居住検討中の方向けに長野県内各地のテレワークスポットやステイスポットを写真やピクトグラムを用いて紹介。二地域居住やつながり人口（関係人口）に結びつくプロジェクトなどの告知や募集情報を掲載し、関係人口の創出を目指す。

コミュニティ支援

➤ 長野県移住モデル地区の認定

移住者の溶け込み支援を官民一体となって積極的に行っている自治体を、移住モデル地区として認定。三大首都圏で開催する移住セミナー等で優先的に地区を紹介。飯田市南信濃地区・諏訪郡原村等5区が認定。

他機関連携

主な起業支援制度・取り組み

資金支援

➤ 長野県地域課題解決型創業支援事業創業支援金

地域の課題をビジネスの手法で解決するソーシャル・イノベーションによる創業を促進するため、創業に要する経費を補助。上限200万円、補助率2／1以内。

情報/PR

➤ 信州スタートアップステーション

次世代産業の創出を目的とした創業支援拠点を開設。創業前から概ね創業後5年以内の者や既存企業の事業承継により創業する者及び新規事業に取り組む者に対し、コンサルタント、中小企業診断士、会計士等がアイデアの事業化等を支援。

情報/PR

➤ 信州アクセラレーションプログラム

公募により選定した企業等に対し、約3ヵ月間で、メンター（起業経験者、投資家、企業役員、前年度事業の支援対象者等）から、事業の成長を加速化するためのディスカッション・アドバイス、支援ツールの提供等を行う。

資金支援

➤ フューチャーベンチャーキャピタル株との創業及び事業承継支援に関する連携協定

同社は、自治体や地域金融機関と連携した地方創生ファンドを全国で32件立ち上げ、地域企業に対して計288件投資（2021年9月末時点）県と同社が相互に連携し、創業及び事業承継支援施策に取り組み、県内産業の持続的発展や新たな産業の創出を目指す。

➤ 自治体概要

人口1,515,014人（2022年1月1日現在）。経済の活性化や、若者に選ばれるまちを目指し、2016年より本格的にスタートアップ支援施策を開始。世界的に注目される米国のベンチャーキャピタルと連携した起業家育成プログラムや、市職員とスタートアップとの協働により地域・行政課題解決に取り組むオープンイノベーションプログラム「Urban Innovation Kobe」等、これまで多数のプログラムを通じて、延べ500社以上のスタートアップを支援し、100社以上が神戸市に進出。

移住支援は、平成27年度から人口減少対策の一環として、移住促進を含めた都市プロモーションに取り組む。学生時に西日本・四国・兵庫県内から人口流入しているが、就職時に東京圏、大阪圏、阪神圏、近隣都市へ転出している傾向。人口減少対策は総合的な施策推進が必要であり、縦割りにならないよう「企画調整局つなぐラボ（※）」と呼ばれる横断的組織を作り、子育て、教育、住宅支援、仕事など総合的に支援や情報発信ができるよう各局と調整し、方向性を一つにして推進している。

※組織名称は令和3年度時点のもの

移住起業に関する主な取り組み

情報/PR

➤ 渋谷区とスタートアップ支援に関する連携協定：官民連携による「NOROSI Startup HUB」

コミュニティ支援

他機関連携

神戸・渋谷の起業家やエンジニア・クリエイティブ人材等の交流を促し、起業コミュニティの形成を支援。新型コロナウイルスにより社会構造の変化が進み、遠隔地同士のコミュニケーションがシームレスになるなか、実験都市「神戸」と、起業家が集う街「渋谷」を繋ぐことで、だれでも“ライトに”起業できる環境づくりを進める。社会課題を解決するアイデアとスキルを持つ人材を広く募集し、人材交流や実証実験フィールドの提供などを通じて新規産業の創出を支援する。

主な移住支援制度・取り組み

情報/PR

他機関連携

情報/PR

コミュニティ支援

他機関連携

➤ 神戸の暮らし情報サイト「こうべぐらし」

令和3年3月に神戸の暮らし情報サイト「こうべぐらし」を立ち上げ。神戸での暮らしのイメージがつかない方々に対して、リアルな暮らしを発信しているプロモーション施策。港町のイメージだけでなく、郊外の住宅地、各地域での駅前リノベーションなどを紹介。最近では不動産企業とも連携。

➤ 神戸農村地域での暮らし「神戸・里山暮らしのすすめ」促進

神戸市内の特に農村地域での移住を促進するために、里山暮らし相談会、お試し移住、「神戸・里山暮らし空家バンク」、農地バンクに関する情報を発信。農村定住促進コーディネーターがおり、移住希望者から相談を受け、住居や農地の情報を提供し、農村地域の空家や地域の人たちとのマッチングを行い、移住・定住を推進。

➤ 「神戸独自のワーケーションスタイル」で関係人口を創出

市内事業者とワーケーション希望者を、事業者が持つプラットフォームでマッチング。ワーケーション希望者にとっては、滞在先の神戸で副業をすることで、神戸ならではの体験や地元の人との深い交流が可能になるとともに、副業の対価をワーケーション費用の一部として賄うことが可能に。

主な起業支援制度・取り組み

資金支援

➤ スタートアップのオフィス開設支援

スタートアップのオフィス開設にかかる賃料や通信費、建物改修費など費用の一部を3年間で最大1,300万円補助する「スタートアップ立地促進補助金」制度を運用。市内での起業を資金面で後押しするとともに、市外スタートアップの神戸移転・事業拡大を促進。

コミュニティ支援

情報/PR

他機関連携

➤ グローバルメンターシッププログラム

スタートアップのニーズに合わせ、国内外のメンターや支援事業とのマッチングをオンライン上で提供するプログラム。

世界の支援者やパートナーを簡単に見つけ、繋がれるポータルサイト「KOBE STARTUP HUB」をハブに、全世界のスタートアップにオーダーメイド型の成長支援を実施。

コミュニティ支援

情報/PR

他機関連携

➤ ANCHOR KOBE

スタートアップや医療産業都市進出企業、神戸の地場ものづくり企業、大学など様々な知が集結・交流し、新たな価値を創出する交流施設を2021年4月開設。六甲山を一望できる開放的な空間で、産学官連携を基盤にした実践的なプログラムを実施。業界の垣根を超えた神戸発のイノベーション創出を目指す。

▶ 自治体概要

人口50,848人（令和2年10月1日現在）。長期的な視点から、「人づくりこそがまちづくり」であるとの考え方のもと、「創客創人」をコンセプトに掲げ、市民ニーズの高い「働く場の創出」や「商店・商店街の再生」、「子育て環境の充実」などについて、重点戦略プランを作成。その一環として、シャッター商店街となった油津商店街の再生に着手。外部人材を活用し、29店舗、IT企業等15社の誘致に成功し、若手を中心に100人規模の雇用を創出。新しいビジネスを立ち上げたい起業家の誘致・支援や、地元企業の右腕となる人材育成にも取り組む。

移住支援では、移住のお試しができる移住促進支援住宅を設置。昨年、株式会社良品計画と移住推進住宅のリフォームを実施。移住に関するアンケート調査を実施し、ニーズに合わせた情報を発信。

移住起業に関する主な取り組み

他機関連携

▶ ローカルベンチャー事業（～令和3年度）

地域の新たな経済を生み出すローカルベンチャーの輩出・育成を目指すため、自治体が拠出金を負担し、事務局をNPO法人ETIC.に委託する形で運営しているローカルベンチャー協議会に参画。専門知識を持った民間人をマーケティング戦略やまちづくりなどに積極的に登用。かつて県南地区最大の市街地でありながら衰退の一途をたどっていた油津商店街への店舗・IT企業の誘致に成功。

情報/PR

主な移住支援制度・取り組み

▶ 移住定住相談窓口

移住定住コンシェルジュ（移住相談専門員）を設置。生活環境・住まい・仕事・保育所・学校など幅広く情報提供を行うとともに、町内会への挨拶や地域住民との顔合わせ等の接点作りもサポート。オンラインやLINEでの相談にも対応。

▶ 空き家カウンセラー

空き家相談専門員として、地域おこし協力隊を配置。空き家バンクを活用し、空き家活用希望者と所有者の引き合わせを支援。

▶ 移住促進住宅

日南市への早期の移住を促進するための拠点施設（短期滞在施設）を、市内に1か所設置。日南市へ移住を希望する方が、滞在期間の経費を抑え、移住するために必要な住まい探しや仕事の面接、引っ越し等の移住の準備のために無料で3日以上10日以内の期間、利用可能。

昨年、株式会社良品計画と移住推進住宅のリフォームを実施。

情報/PR

▶ 宮崎日南移住ナビ

日南市の移住情報を紹介した特設サイト。

情報/PR

▶ 移住支援補助制度

国、宮崎県と共同して移住支援金を交付。東京23区内からの移住に対し単身60万円、世帯100万円の補助金を国・県・市で支給。東京23区以外からの移住に対しては単身60万円、世帯100万円の補助金を県と市で支給。（ひなた暮らし実現応援事業費給付金）

資金支援

主な起業支援制度・取り組み

▶ 創業塾

情報/PR

日南商工会議所が「創業塾」を開講。起業家を講師として、経営に関する事業戦略の立て方、集客の仕方、雇用経理税務申告の注意点等、基礎から学ぶことができる。

▶ 振徳塾

情報/PR

時代を担う若手人材に多様なジャンルの事例やビジネスのノウハウを提供し、交流を図ることで、自ら課題を検証し、解決するための企画立案・実践が行える人材を育成する。課題解決ノウハウ、情報や地域資源の活用法、地域コミュニティの創造について学ぶ。

▶ 創業支援補助金

資金支援

人件費、起業・創業に必要な官公庁への申請書類作成等に係る経費、店舗等借入費、設備費、原材料費、知的財産権等関連経費、謝金、旅費、外注費、委託費、マーケティング調査費、広報費が対象となり、補助対象経費の2／3以内で最大30万円を補助。

➤ 自治体概要

宮城県の最南端に位置し、町の総面積273.30 km²の約7割を山林が占めている。基幹産業は農業であり、水稻や畜産が盛ん。人口約13,000人、高齢化率42.4%で過疎化も進行しているが、近年では都市部からの移住者や地域おこし協力隊の活動等により交流事業が行われ、地域活動の盛り上がりを見せてきた。移住施策の一つとして、地域おこし協力隊制度を活用しており、全国でもトップクラスの受入人数である。受け入れ当初は、サポート態勢を整えることに尽力。「丸森町に移住してくれた方々を絶対に孤立させず、この町で幸せになってほしい」という想いのもと、役場が主導で参加者とともに毎月の定例会、懇親会等の実施やSNSを活用したグループづくり等を行い、信頼関係を構築してきた。段階的に協力隊メンバーが主体となり、コミュニティを創意工夫しながら運営を進めている。

起業支援は平成27年度から、当時は起業相談窓口もなく、起業サポートセンターの立ち上げから着手し、民間で起業支援等を行うMAKOTOグループの参画も得た。町内の名所である斎理屋敷の中にコワーキングスペースを作り、起業家誘致を推進。その後、地域おこし協力隊を活用した官民連携による起業家支援「まるまるまるもりプロジェクト」を開始。

町との交流のきっかけづくりと町の情報連携等、支援のハブ機能に注力し、民間と協働しながら更なる発展に取り組む。

移住起業に関連する主な取り組み

情報/PR

➤ 「まるまるまるもり」プロジェクト

コミュニティ支援

地域おこし協力隊の事業スキームを活用しながら、「町の資源、環境に対してビジネスアイディアを持つ起業家」を町外から募集し、起業家が町に暮らしながら新たな仕事を創出する官民連携プロジェクト。官民連携で運営している点が大きな特徴。起業家の卵が求める内容に合わせて、専門事業者による事業化のアドバイス、デザイン会社による仕事づくりのためのプランディング企画などのサポートを受けられる。また、丸森町から月々20万円程度の地域協力活動への報償があり、最大3年間支給により生活のベースをサポートする。

情報/PR

➤ 総合的なプロモーション（ワンストップ窓口、SNS・マス広報、関連施策連動等）

コミュニティ支援

○移住相談：丸森町へ移住を検討する方のワンストップ窓口となる「まるもり移住・定住サポートセンター」を平成28年4月に開設。町内案内、移住支援制度の説明、住まいや就業に関する相談対応、空き家情報の公開等、相談者一人ひとりのニーズに合わせた対応を行う。コロナ禍で県外から丸森町に行くことが難しい方のために、オンライン移住相談も開催。

○協働のまちづくり：丸森町の8地区に各住民自治組織、いわゆる「小さな拠点」を設置。丸森町の山間部である筆甫地区の取り組みは全国から視察に訪れる。実際に内閣府主催の「小さな拠点」づくり全国フォーラムでも度々登壇。

○町のPR（一例）：丸森町の公式Facebook運営、TBC（東北放送）ラジオでは毎月第1・第3金曜日に10分間「元気！まるもり～」の放送を、町が主体的に実施。

これら様々な取り組みを町と住民が共に行い、丸森町としての魅力発信に繋げている。

資金支援

➤ しあわせ丸森暮らし応援事業補助金

他機関連携

住宅取得奨励事業、住宅リフォーム支援事業、新生活応援事業、空き家再生支援事業、家財道具等処分・清掃支援事業、上滝地区宅地分譲地購入助成事業等、丸森町の居住者及び移住検討者の暮らしを補助。

情報/PR

➤ 主な起業支援制度・取り組み

コミュニケーション支援

➤ 起業サポートセンター「CULASTA」 (丸森町起業支援推進事業)

町内の有形文化財「蔵の郷土館・斎理屋敷」の蔵を改装し、コワーキングスペース「起業サポートセンターCULASTA」を開所。丸森町起業支援推進事業で実施する同センターは、若者世代の就業機会を確保し人口流出を防ぐため、起業希望や関心がある方を対象に、事業プランや収支計画、専門家紹介などをワンストップでアドバイスを行う。町民の方向けの起業サポートと、町外の方向けの起業、移住サポートとの両輪で、地域産業の活性化を目指す。

情報/PR

➤ 「まずやってみるゼミナール」

資金支援

「CULASTA」主催のゼミナールの卒業生は、登録免許税の軽減等の優遇措置が受けられるほか、「CULASTA」担当者が3ヶ月間伴走しビジネスプランを組み上げていく「3ヶ月サポートパック」の支援を受けられる。これまでに60名以上が参加。

他機関連携

登記にかかる登録免許税の軽減や、担保、第三者保証人なしの創業関連保証の枠が1,000万円から1,500万円への拡充等、複数のメリットがある。

➤ 自治体概要

人口941,748人（令和4年1月1日現在）。人口減少・高齢化率が非常に進んでおり、人口減少率・高齢化率が全国でもワースト。地域を支える人材が減っている状況を解消するためにも、全国トップレベルの子育て・教育環境や、災害・犯罪が少ない安全安心な生活環境をアピールした移住施策として、Webを中心に首都圏に向けて大々的なプロモーションを展開。また、地域に根差したローカルベンチャーの立ち上げを支援し、「地方をチャレンジの場」と捉える人材を誘致するとともに、地域の活性化を創出するため、移住と起業を絡めた「ドチャベン（土着ベンチャー）」事業を実施。

移住起業に関連する主な取り組み

➤ 地域に根差した起業・移住支援事業（ドチャベン）

情報/PR
資金支援

地域資源を活用した起業による移住を支援することを目的として、現地でのフィールドワークやメンバーによる伴走型支援及び起業家応援プログラムを実施。ビジネスプランコンテスト上位チームには賞金総額100万円を授与。

主な移住支援制度・取り組み

情報/PR

➤ 秋田県移住・定住総合ポータルサイト「秋田暮らしはじめの一歩」の一新によるプロモーション



資金支援

➤ はじめての秋田暮らし応援事業

雪国特有の費用も一部助成し、上限10万円として現金を支給。移住者の約8割が活用している。

資金支援

➤ 「リモートワークで秋田暮らし」推進

リモートワークにより、県外のオフィスにおける業務に就きながら、秋田県に移住する社員やその所属企業を支援。

他機関連携

➤ あきた移住促進協議会

県内各市町村、県庁内各課、ふるさと定住機構、商工会議所等とあきた移住促進協議会を運営。

【今後の予定】

- LINEにAIチャットボットを連携した相談システムの導入
- 県出身の大学生と県内企業のマッチング強化
- 女性活躍に取り組む県内企業へ奨励金等の支援制度

主な起業支援制度・取り組み

資金支援

➤ 起業促進事業費補助金

①女性若者応援枠：

女性は年齢制限なし、男性は40歳未満を対象に補助金限度額100万円（補助率1／2）で支給。移住者は、限度額150万円。

②地域課題解決枠：

年齢制限なし、補助金限度額200万円（補助率1／2）、社会的事業性が特に高いと認められる場合は更に200万円を上乗せ。

③ふるさと起業家応援事業：

事業者から申込受け、審査後、目標上限200万円をクラウドファンディングで募集。

コミュニティ支援

➤ 「秋田県地域おこし協力隊ネットワーク」の発足

地域おこし協力隊の起業相談にも対応できる体制を整備。

コミュニティ支援

➤ 起業家交流フェスタの実施

県内創業・起業家同士による相互交流を図り、新たな人脈づくり、事業発展、新しいビジネス創出を目指すイベントを年1回開催。

他機関連携

➤ 商工団体・企業立地事務所・あきた企業活性化センター等との連携

【今後の予定】

- 起業促進事業費補助金に若い起業家応援に向けた「大学連携枠」の設定

▶ 自治体概要

人口138,686人(令和3年12月末日現在)。石巻市は東日本大震災における最大の被災地の一つであり、約17万人(震災前)から約14万人(現在)に人口が減少。人口減少に対する抑制や他都市からの移住がミッションとなっており、新しい石巻を一から作れるというコンセプトを基に、これから起業しようとする方をターゲットとして取り組む。

東日本大震災後、ボランティアの中から移住・定住(1ターン、Uターン等)、起業する方々(ローカルベンチャー)が生まれ、現在の同市に繋がっている。震災後のベンチャーにおいて、創業5年~9年を超える事業者は50%を超え、年商1億~5億円の企業群も生まれている(「石巻ローカルベンチャー白書2021」)。また、市としての各種取り組みに加えて、震災以降、石巻を拠点として独創的な取り組みや対外発信を担う石巻観光協会、一般社団法人イトナブ石巻、一般社団法人ISHINOMAKI2.0および合同会社巻組で構成される中間支援組織「コンソーシアムハグクミ」の存在も大きく、移住支援・創業支援の垣根を越えて、石巻でチャレンジする人々を増やす活動に精力的に取り組んでいる。

▶ 移住起業に関連する主な取り組み

情報/PR

▶ コンソーシアムハグクミ(～令和2年度)

石巻拠点の一般社団法人石巻観光協会、一般社団法人イトナブ、一般社団法人ISHINOMAKI2.0、株式会社巻組による共同事業体。石巻への移住・ローカルベンチャーの推進を図るため、地域活躍支援事業、地域交流・定着支援事業、空き家活用事業を展開するほか、移住者の住まいや仕事の相談窓口となる移住コンシェルジュを設置し、多岐に亘る事業を展開。市からの委託事業を経て、現在は各社において各事業を進める。また、2016年以降、国内10以上の自治体が連携・参加する「ローカルベンチャー推進協議会」の石巻事務局も務め、脱退した現在も民間事業者ベースで継続して連携している。

情報/PR

▶ 石巻市移住定住サイト「いしのまきを選ぶ」

一般社団法人ISHINOMAKI 2.0と連携し、石巻移住定住サイト「いしのまきを選ぶ」を運営。移住コンシェルジュの相談窓口を設置し、おためし移住も推進。

令和3年度移住・定住推進連携事業の一環として「みやぎおかえり体験」事業とも連携し、潜在的なU I Jターン希望者に、オンライン交流会や先輩移住者との交流会などを提供し、石巻市との接点を創出する。

資金支援

▶ 定住促進住宅取得等補助金

移住し家を購入・改修した世帯に補助金を交付する制度を創設。購入の場合、市外から移住し、住宅を取得した場合に最大150万円を補助。また、リフォーム支援としては、対象経費の50%を補助(限度額50万円)

情報/PR

▶ Reborn-Art Festival

リボーンアート・フェスティバルは、石巻市を主な舞台とした、「アート」「音楽」「食」の総合芸術祭。東日本大震災の被災地で「Reborn-Art=人が生きる術」をキーワードに掲げ、2017年に開始。実行委員長は音楽プロデューサーの小林武史氏。Reborn-Art Festivalを通じて、アーティストが石巻へ移住し活動するケース等が多く、石巻市の情報発信源となっている。

▶ 主な起業支援制度・取り組み

資金支援

▶ 石巻市地域おこし協力隊[地域課題提案型]

石巻市の課題に対して自らが取り組みたい事業を提案し、起業及び移住定住に繋げる「地域課題提案型」の地域おこし協力隊を推進。

情報/PR

▶ 野生のススメ(旧石巻版松下村塾)(～令和2年度)

コンソーシアムハグクミが推進。石巻でチャレンジをする起業家を輩出するためのスタートアップ支援講座。事業計画ブラッシュアップやブランドイメージづくり、資金繰りに必要な事業計画書作成方法等のレクチャーと併せてコーディネーターが事業立ち上げを並走支援。

情報/PR

▶ とりあえずやってみよう大学(～令和2年度)

コンソーシアムハグクミが推進。「とりあえずやってみよう」という建学精神のもとオンラインで開校するセミナープログラム。石巻のユニークな起業家たちや第一線で活躍するクリエイターたちが講師となり、「とりあえずやってみる」人を輩出することを目指す。

株式会社アドリブワークス

ミッション

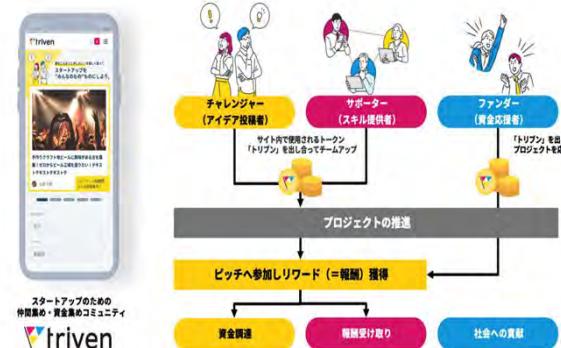
スタートアップを「ひらかれたもの」にして
人々が「豊かな人生」を選択できる社会を作る

企業概要

| | | | |
|---------|---|----------|---|
| « 所在地 » | 兵庫県神戸市／愛媛県今治市 | « 事業概要 » | ・triven(トリブン)運営事業 ・新事業開発支援事業 ・共創プロダクト製造小売事業 |
| « 設立 » | 2018年 | | |
| « H P » | https://adlibworks.co.jp/ | | |

■地方創業の一歩を踏み出しやすくするオンラインサービス「triven(トリブン)」

創業アイデアを投稿する「チャレンジャー」と、スキルを提供する「ソーター」、資金を提供する「ファンダー」といった3種の人物をマッチングするスタートアップのための仲間集め・資金集めコミュニティ。投稿されたビジネスアイデアに興味・関心のあるメンバーに対し、生まれた利益だけでなく、役割や責任を分け合う仕組みで、気軽にトライ＆エラーができる環境を提供。また、全国の加盟コワーキングスペースを自由に使用する権利や、優秀な人材を直接リクルーティングできるスカウトメールなど、スタートアップに必要なあらゆるサービスを選択し利用することが可能（月額サブスクリプション制）。「起業」を、限られた人だけが取れるアクションではなく、誰もが好きな場所で、好きなことを仕事にできる、ニューノーマル時代に適した「新しい働き方」として、地域や会社の垣根を越えることをを目指している。



■起業支援（具体事例）

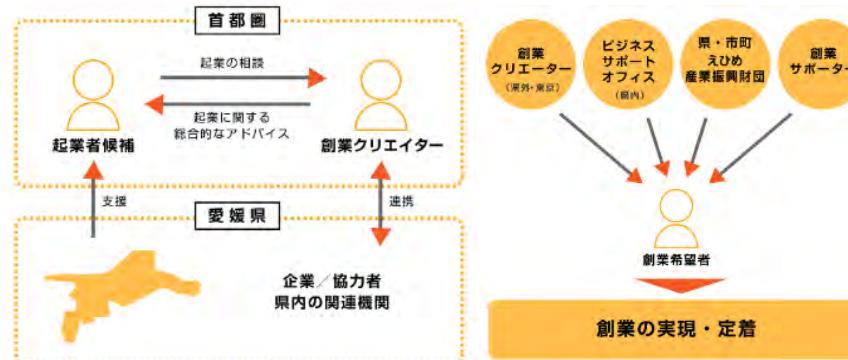
➤ 『NOROSIスタートアップハブ』（神戸市・渋谷区との官民連携事業）

上述「triven」を基盤とした企画。東西の地域特性を活かし、スタートアップが交わる場と機会を提供。参画自治体・企業が新しい挑戦へのバックアップ役を担い、実証実験のサポートを行う。令和4年度からは、神戸・渋谷の枠組みを超えて、新たに全国の自治体・企業が複数参画予定であり、地方創業のプラットフォームとして運用される。



➤ 『愛媛グローカル・フロンティア・プログラム』（愛媛県からの事業受託）

上述「triven」を基盤とした企画。創業希望者が愛媛に集い、地域に眠る資源を活用することで、世界に通用する課題解決型のビジネスの創出を目的とした起業家育成プロジェクト。



その他、同様にtriven(トリブン)を活用し、埼玉県や日本航空、小田急電鉄、神戸新聞社等、複数の自治体及び企業と協業することで、地方×創業の取り組みを実施している。

非営利活動法人ETIC.（エティック）

ミッション

Entrepreneurial
Training for Innovative
Communities.

企業概要

| | |
|----------|---|
| « 所在地 » | 東京都渋谷区 |
| « 設立 » | 1993年（2000年法人化） |
| « 従業員数 » | 124名（うち専従50名） |
| « H P » | https://www.etic.or.jp/ |
| « 事業概要 » | 多様なセクターと連携しながら、実践型インターンシップや起業支援プログラム、先輩起業家や事業パートナーと繋がるコミュニティ、キャリアに関する情報発信などの機会を提供 |

■ローカルベンチャー協議会

地域の新たな経済を生み出すローカルベンチャーの輩出・育成を目指す団体。2016年9月、岡山県西粟倉村とETIC.の呼びかけに賛同した8つの自治体により、内閣府の地方創生推進交付金に「広域連携によるローカルベンチャー推進事業」として採択されたことをきっかけに発足。自治体が拠出金を負担し、事務局をETIC.が受託運営している。



未知は未来に、笑顔を増やす。

苦労のない時代。未だの時代だからこそ、意志ある挑戦の積み重ねが、新たな未来の可能性を切り開きます。地域を舞台に個々に取り組んでいる本気の人たちが、一緒に学びあい、ともに新たな実験を重ね、未来への道筋をつくるコミュニティ。それが私たちローカルベンチャー協議会です。

■ローカルベンチャーラボ

地域起業を目指す者を6か月かけてトレーニングするプログラム。参加者自身が取り組みたいテーマを軸に地域資源を活用しながらビジネスを構想し、また、そのためのマインドとスキルを身につけ、事業構想を具現化する実践のための場を提供している。プログラム終了後には次のアクションに踏み出せるよう、地域や起業との連携ネットワークやコミュニティづくりなど、ビジネスの土台を築くサポートも実施している。



■Wワーク・副業で会社を辞めずに地域に貢献する仕事が見つかるサイト「YOSOMON！」

自分のスキルや経験を活かし、会社を辞めずに地方企業の課題解決に参画できるプロジェクト紹介サイト。地域への移住や定住に縛られない新しい働き方を可能とし、例えば副業による月に1度の現地訪問や、週2~3日のリモートワークなど、これまでの既成概念に囚われない新しい地域への関わり方を提案している。マーケティングや販売促進、商品企画、経営企画など、様々な経営課題に直面している地方企業をフィールドに、スキルや経験を活かして活躍できる機会がプロジェクト単位で掲載される。また、全てのプロジェクトは、実行者の顔が見える形で募集されており、実行者の想いへの「共感」によって、ヒトの力が集まり、課題が解決していく世界を目指す。

株式会社MAKOTO WILL

ミッション

企業概要

| | | | |
|----------|---|-----------------------|------------|
| « 所在地 » | 宮城県仙台市 | « 事業概要 » | 自治体の課題解決事業 |
| « 設立 » | 2018年 | 1) 創業支援 | |
| « 従業員数 » | 10名 | 2) 地域おこし協力隊制度の活用支援 | |
| « HP » | https://mkto-will.jp/ | 3) 官民連携型オープンイノベーション推進 | |
| | | 4) 中小企業支援 | |
| | | 5) 自治体職員向けキャリア支援 | |

■創業支援

まちの税収、雇用を支える地域の起業家を育てるための、ビジネススクール、創業相談、地域のニーズに応じた各種プログラムを提供。創業相談対応や起業・創業セミナーの実施、起業家支援プログラムの企画運営、拠点施設の立ち上げ・運営等を通じて、地方での操業を支援。地方に特化した起業支援ノウハウを活かし、地域起業家を着実に増やすことを目指す。

■地域おこし協力隊活用支援

人口が減少する中で地域が活力を保つためには、地域のために活動するプレイヤーをいかに増やすかが重要になるという考え方のもと、創業支援ノウハウを活かして起業型の協力隊を誘致し、起業による定着支援を実施。「地域おこし協力隊」は、外からプレイヤーを招き入れるために有効な制度であり、特に自ら生業をつくることができる起業家人材を誘致し、任期期間中のビジネスづくりを支援することで、人材も地域もWin-Winの関係を目指す。

(具体事例)

➤ 宮城県丸森町「まるまるまるもりプロジェクト」

宮城県丸森町での移住起業者育成プロジェクト「まるまるまるもりプロジェクト」は、町の資源、環境に対してビジネスアイディアを持つ起業家を町外から募集し、起業家が町に暮らしながら新たな仕事を生み出すことで、より自分らしい、より丸森町らしいライフスタイルを創り出すプロジェクト。丸森町、株式会社MAKOTO WILL及び株式会社ラナエクストラクティブが共同運営し、「移住＆仕事づくりサポート」を実施している。

<支援の特徴>

- ベンチャー支援の専門家による事業化サポート
- 移住だけではなく、自分らしい仕事づくりを同時につくるライフスタイル創生プロジェクト
- 丸森町から月々20万円程度の地域協力活動への報償あり。
最大3年間支給で生活のベースをサポート。
- 本格的なクリエイティビティレクションを取り入れた事業の見せ方・伝え方のサポート。



■官民オープンイノベーション推進

課題が山積している地方において、自治体と民間企業が手を携えて地域の課題解決に取り組む官民連携の必要性が高まっていることを背景に、官民連携により地域課題を解決するオープンイノベーション型のプログラムを企画から実行までの伴走支援を実施している。

(具体事例)

➤ 福島県郡山市「社会起業家加速化支援」事業

行政だけでは解決できない地域課題を解決するためには、新たな発想を持ったベンチャー企業や起業家のチカラが必要であり、また、事業の成長を加速させる支援も必要だという地域の抱える課題に対し、福島県郡山市「社会起業家加速化支援」事業では、こおりやま広域連携中枢都市圏から地域課題を抽出。その課題を解決しうる事業を行っている企業を募集、審査し、各自治体とマッチングを実施した。

<主な支援内容>

- 地域課題を抽出するためのワークショップ（自治体職員向け）
- 企業の募集、広報活動
- マッチング精度向上のための事前面談
- マッチング後のキックオフミーティング実施
- 活動期間中の進捗フォロー

(付表)
実態把握調査(個人アンケート調査)

※本調査では、移住起業者の属性を分析することのできる必要サンプルを確保するため、
スクリーニング調査により、全体調査で回収できなかった起業者に係る必要サンプル数を回収している。
※構成比は小数第2位で四捨五入している。

■サンプル

| | | 全体 | 回答数 | 構成比 |
|---|---------------|----|-------|--------|
| 1 | 一般回収サンプル | | 9,229 | 100.0% |
| 2 | スクリーニング回収サンプル | | 8,714 | 51.7% |
| | | | 515 | 48.3% |

質問1

あなたの性別をお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|---|----|-------|--------|
| 1 | 男性 | 9,229 | 100.0% |
| 2 | 女性 | 4,773 | 51.7% |
| | | 4,456 | 48.3% |

質問2

あなたの年齢をお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|---------|-------|-------|
| 1 | 12才未満 | — | — |
| 2 | 12才～19才 | — | — |
| 3 | 20才～24才 | 524 | 5.7% |
| 4 | 25才～29才 | 930 | 10.1% |
| 5 | 30才～34才 | 820 | 8.9% |
| 6 | 35才～39才 | 978 | 10.6% |
| 7 | 40才～44才 | 915 | 9.9% |
| 8 | 45才～49才 | 1,181 | 12.8% |
| 9 | 50才～54才 | 970 | 10.5% |
| 10 | 55才～59才 | 820 | 8.9% |
| 11 | 60才以上 | 2,091 | 22.7% |

質問3

あなたの主な居住地(都道府県)をお答えください。

| | 回答数 | 構成比 |
|---------|-------|--------|
| 全体 | 9,229 | 100.0% |
| 1 北海道 | 401 | 4.3% |
| 2 青森県 | 93 | 1.0% |
| 3 岩手県 | 95 | 1.0% |
| 4 宮城県 | 171 | 1.9% |
| 5 秋田県 | 75 | 0.8% |
| 6 山形県 | 84 | 0.9% |
| 7 福島県 | 142 | 1.5% |
| 8 茨城県 | 216 | 2.3% |
| 9 栃木県 | 149 | 1.6% |
| 10 群馬県 | 144 | 1.6% |
| 11 埼玉県 | 506 | 5.5% |
| 12 千葉県 | 427 | 4.6% |
| 13 東京都 | 960 | 10.4% |
| 14 神奈川県 | 635 | 6.9% |
| 15 新潟県 | 165 | 1.8% |
| 16 富山県 | 81 | 0.9% |
| 17 石川県 | 88 | 1.0% |
| 18 福井県 | 62 | 0.7% |
| 19 山梨県 | 67 | 0.7% |
| 20 長野県 | 149 | 1.6% |
| 21 岐阜県 | 140 | 1.5% |
| 22 静岡県 | 272 | 2.9% |
| 23 愛知県 | 555 | 6.0% |
| 24 三重県 | 125 | 1.4% |
| 25 滋賀県 | 105 | 1.1% |
| 26 京都府 | 191 | 2.1% |
| 27 大阪府 | 650 | 7.0% |
| 28 兵庫県 | 403 | 4.4% |
| 29 奈良県 | 103 | 1.1% |
| 30 和歌山県 | 75 | 0.8% |
| 31 鳥取県 | 48 | 0.5% |
| 32 島根県 | 56 | 0.6% |
| 33 岡山県 | 131 | 1.4% |
| 34 広島県 | 205 | 2.2% |
| 35 山口県 | 99 | 1.1% |
| 36 徳島県 | 63 | 0.7% |
| 37 香川県 | 74 | 0.8% |
| 38 愛媛県 | 94 | 1.0% |
| 39 高知県 | 60 | 0.7% |
| 40 福岡県 | 374 | 4.1% |
| 41 佐賀県 | 66 | 0.7% |
| 42 長崎県 | 98 | 1.1% |
| 43 熊本県 | 128 | 1.4% |
| 44 大分県 | 85 | 0.9% |
| 45 宮崎県 | 78 | 0.8% |
| 46 鹿児島県 | 123 | 1.3% |
| 47 沖縄県 | 118 | 1.3% |

質問4

過去5年以内に起業した経験はありますか。または関心がありますか。

ただし本アンケートでいう「起業」とは、自分で立ち上げた事業を法人・個人として経営していることを指し、他人から承継したものは含まないこととし
※以降の設問では、複数起業された方は最も直近の起業についてお答えください。

| | 回答数 | 構成比 |
|--------------------------------|-------|--------|
| 全体 | 9,229 | 100.0% |
| 1 過去5年以内に主な仕事として起業を行った | 316 | 3.4% |
| 2 過去5年以内に副業として起業を行った | 168 | 1.8% |
| 3 起業していないが、主な仕事として具体的準備を進めている | 74 | 0.8% |
| 4 起業していないが、副業として具体的準備を進めている | 86 | 0.9% |
| 5 起業していないが、主な仕事としての起業に関心がある | 349 | 3.8% |
| 6 起業していないが、副業としての起業に関心がある | 585 | 6.3% |
| 7 過去6年以上前に起業を行ったが、現在は事業経営していない | 164 | 1.8% |
| 8 過去6年以上前に起業を行い、現在も事業経営している | 465 | 5.0% |
| 9 起業しておらず、関心もない | 7,022 | 76.1% |

質問5

直近で起業した都道府県(登記・事業実施場所)をお答えください。
起業未実施の場合、起業したい都道府県をお答えください。

| | 全体 | 回答数 | 構成比 |
|----|------|-----|-------|
| 1 | 北海道 | 104 | 4.7% |
| 2 | 青森県 | 38 | 1.7% |
| 3 | 岩手県 | 68 | 3.1% |
| 4 | 宮城県 | 74 | 3.4% |
| 5 | 秋田県 | 30 | 1.4% |
| 6 | 山形県 | 25 | 1.1% |
| 7 | 福島県 | 35 | 1.6% |
| 8 | 茨城県 | 34 | 1.5% |
| 9 | 栃木県 | 37 | 1.7% |
| 10 | 群馬県 | 28 | 1.3% |
| 11 | 埼玉県 | 82 | 3.7% |
| 12 | 千葉県 | 60 | 2.7% |
| 13 | 東京都 | 255 | 11.6% |
| 14 | 神奈川県 | 90 | 4.1% |
| 15 | 新潟県 | 28 | 1.3% |
| 16 | 富山県 | 15 | 0.7% |
| 17 | 石川県 | 19 | 0.9% |
| 18 | 福井県 | 13 | 0.6% |
| 19 | 山梨県 | 21 | 1.0% |
| 20 | 長野県 | 41 | 1.9% |
| 21 | 岐阜県 | 32 | 1.4% |
| 22 | 静岡県 | 60 | 2.7% |
| 23 | 愛知県 | 121 | 5.5% |
| 24 | 三重県 | 28 | 1.3% |
| 25 | 滋賀県 | 26 | 1.2% |
| 26 | 京都府 | 53 | 2.4% |
| 27 | 大阪府 | 172 | 7.8% |
| 28 | 兵庫県 | 91 | 4.1% |
| 29 | 奈良県 | 23 | 1.0% |
| 30 | 和歌山県 | 11 | 0.5% |
| 31 | 鳥取県 | 8 | 0.4% |
| 32 | 島根県 | 13 | 0.6% |
| 33 | 岡山県 | 23 | 1.0% |
| 34 | 広島県 | 45 | 2.0% |
| 35 | 山口県 | 22 | 1.0% |
| 36 | 徳島県 | 17 | 0.8% |
| 37 | 香川県 | 17 | 0.8% |
| 38 | 愛媛県 | 21 | 1.0% |
| 39 | 高知県 | 16 | 0.7% |
| 40 | 福岡県 | 93 | 4.2% |
| 41 | 佐賀県 | 15 | 0.7% |
| 42 | 長崎県 | 23 | 1.0% |
| 43 | 熊本県 | 30 | 1.4% |
| 44 | 大分県 | 18 | 0.8% |
| 45 | 宮崎県 | 20 | 0.9% |
| 46 | 鹿児島県 | 42 | 1.9% |
| 47 | 沖縄県 | 37 | 1.7% |
| 48 | その他 | 33 | 1.5% |

質問6

あなたの出身地(都道府県)をお答えください。

| | 回答数 | 構成比 |
|---------|-------|--------|
| 全体 | 9,229 | 100.0% |
| 1 北海道 | 467 | 5.1% |
| 2 青森県 | 136 | 1.5% |
| 3 岩手県 | 125 | 1.4% |
| 4 宮城県 | 200 | 2.2% |
| 5 秋田県 | 134 | 1.5% |
| 6 山形県 | 129 | 1.4% |
| 7 福島県 | 171 | 1.9% |
| 8 茨城県 | 221 | 2.4% |
| 9 栃木県 | 141 | 1.5% |
| 10 群馬県 | 142 | 1.5% |
| 11 埼玉県 | 358 | 3.9% |
| 12 千葉県 | 308 | 3.3% |
| 13 東京都 | 848 | 9.2% |
| 14 神奈川県 | 448 | 4.9% |
| 15 新潟県 | 212 | 2.3% |
| 16 富山県 | 93 | 1.0% |
| 17 石川県 | 103 | 1.1% |
| 18 福井県 | 71 | 0.8% |
| 19 山梨県 | 62 | 0.7% |
| 20 長野県 | 169 | 1.8% |
| 21 岐阜県 | 162 | 1.8% |
| 22 静岡県 | 296 | 3.2% |
| 23 愛知県 | 495 | 5.4% |
| 24 三重県 | 128 | 1.4% |
| 25 滋賀県 | 89 | 1.0% |
| 26 京都府 | 178 | 1.9% |
| 27 大阪府 | 666 | 7.2% |
| 28 兵庫県 | 402 | 4.4% |
| 29 奈良県 | 98 | 1.1% |
| 30 和歌山県 | 73 | 0.8% |
| 31 鳥取県 | 56 | 0.6% |
| 32 島根県 | 64 | 0.7% |
| 33 岡山県 | 131 | 1.4% |
| 34 広島県 | 216 | 2.3% |
| 35 山口県 | 127 | 1.4% |
| 36 徳島県 | 71 | 0.8% |
| 37 香川県 | 78 | 0.8% |
| 38 愛媛県 | 121 | 1.3% |
| 39 高知県 | 56 | 0.6% |
| 40 福岡県 | 394 | 4.3% |
| 41 佐賀県 | 64 | 0.7% |
| 42 長崎県 | 143 | 1.5% |
| 43 熊本県 | 128 | 1.4% |
| 44 大分県 | 98 | 1.1% |
| 45 宮崎県 | 93 | 1.0% |
| 46 鹿児島県 | 156 | 1.7% |
| 47 沖縄県 | 78 | 0.8% |
| 48 その他 | 30 | 0.3% |

質問7

あなたの6年前の居住地(都道府県)をお答えください。

| | 回答数 | 構成比 |
|---------|-------|--------|
| 全体 | 9,229 | 100.0% |
| 1 北海道 | 405 | 4.4% |
| 2 青森県 | 107 | 1.2% |
| 3 岩手県 | 107 | 1.2% |
| 4 宮城県 | 218 | 2.4% |
| 5 秋田県 | 103 | 1.1% |
| 6 山形県 | 97 | 1.1% |
| 7 福島県 | 153 | 1.7% |
| 8 茨城県 | 225 | 2.4% |
| 9 栃木県 | 145 | 1.6% |
| 10 群馬県 | 147 | 1.6% |
| 11 埼玉県 | 487 | 5.3% |
| 12 千葉県 | 410 | 4.4% |
| 13 東京都 | 994 | 10.8% |
| 14 神奈川県 | 620 | 6.7% |
| 15 新潟県 | 162 | 1.8% |
| 16 富山県 | 79 | 0.9% |
| 17 石川県 | 84 | 0.9% |
| 18 福井県 | 61 | 0.7% |
| 19 山梨県 | 67 | 0.7% |
| 20 長野県 | 139 | 1.5% |
| 21 岐阜県 | 143 | 1.5% |
| 22 静岡県 | 258 | 2.8% |
| 23 愛知県 | 551 | 6.0% |
| 24 三重県 | 124 | 1.3% |
| 25 滋賀県 | 104 | 1.1% |
| 26 京都府 | 192 | 2.1% |
| 27 大阪府 | 628 | 6.8% |
| 28 兵庫県 | 388 | 4.2% |
| 29 奈良県 | 101 | 1.1% |
| 30 和歌山県 | 71 | 0.8% |
| 31 鳥取県 | 42 | 0.5% |
| 32 島根県 | 55 | 0.6% |
| 33 岡山県 | 125 | 1.4% |
| 34 広島県 | 205 | 2.2% |
| 35 山口県 | 97 | 1.1% |
| 36 徳島県 | 63 | 0.7% |
| 37 香川県 | 66 | 0.7% |
| 38 愛媛県 | 85 | 0.9% |
| 39 高知県 | 59 | 0.6% |
| 40 福岡県 | 375 | 4.1% |
| 41 佐賀県 | 64 | 0.7% |
| 42 長崎県 | 96 | 1.0% |
| 43 熊本県 | 111 | 1.2% |
| 44 大分県 | 86 | 0.9% |
| 45 宮崎県 | 77 | 0.8% |
| 46 鹿児島県 | 114 | 1.2% |
| 47 沖縄県 | 103 | 1.1% |
| 48 その他 | 36 | 0.4% |

質問8

起業の前後で、都道府県をまたぐ転居をしましたか。※ここでいう東京圏は、東京都・千葉県・神奈川県・埼玉県を指します。

| | 回答数 | 構成比 |
|--|-------|--------|
| 全体 | 1,113 | 100.0% |
| 1 東京圏内から東京圏外に実施した(起業を目的に転居・移住した) | 169 | 15.2% |
| 2 東京圏外から東京圏内に実施した(起業を目的に転居・移住した) | 49 | 4.4% |
| 3 東京圏外から東京圏外に実施した(起業を目的に転居・移住した) | 63 | 5.7% |
| 4 東京圏内から東京圏内に実施した(起業を目的に転居・移住した) | 20 | 1.8% |
| 5 東京圏内から東京圏外に実施した(起業以外の理由で転居・移住した後、起業した) | 100 | 9.0% |
| 6 東京圏外から東京圏内に実施した(起業以外の理由で転居・移住した後、起業した) | 12 | 1.1% |
| 7 東京圏外から東京圏外に実施した(起業以外の理由で転居・移住した後、起業した) | 67 | 6.0% |
| 8 東京圏内から東京圏内に実施した(起業以外の理由で転居・移住した後、起業した) | 15 | 1.3% |
| 9 していない | 618 | 55.5% |

質問9

過去10年以内に移住(自らの意思で転居先を選択した場合であり、事情が許す限り当地で生活する意思を持っている場合)した経験はありますか、又は移住に関心がありますか。※ここでいう東京圏は、東京都・千葉県・神奈川県・埼玉県を指します。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|--|-------|--------|
| 全体 | | 9,229 | 100.0% |
| 1 | 過去10年以内に東京圏→東京圏外に移住した(Uターン・進学・就職などで地方から東京圏内へ移動したが生まれ故郷に戻った) | 349 | 3.8% |
| 2 | 過去10年以内に東京圏→東京圏外に移住した(Iターン: 東京圏内出身、あるいは地方出身で東京圏内に移動し生活していたが、生まれ故郷以外の地方(東京圏外)に定住した) | 232 | 2.5% |
| 3 | 過去10年以内に東京圏→東京圏外に移住した(Jターン: 進学・就職などで地方から東京圏内へ移動したが生まれ故郷に近い地方の中規模以上の都市に定住した) | 83 | 0.9% |
| 4 | 過去10年以内に東京圏外→東京圏外に移住した | 208 | 2.3% |
| 5 | 過去10年以内に東京圏外→東京圏内に移住した | 142 | 1.5% |
| 6 | 過去10年以内に東京圏内と東京圏外の二地域居住(2か所以上の拠点をもち、両者間移動して生活する)を行った | 55 | 0.6% |
| 7 | 上記のような移住はしていないが具体的検討を進めている | 148 | 1.6% |
| 8 | 上記のような移住はしていないが関心がある | 1,417 | 15.4% |
| 9 | 上記のような移住をしておらず関心もない | 6,595 | 71.5% |

質問10

最終学歴についてお答えください。※現在学生の方は卒業見込みでお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|-------------|-------|--------|
| 全体 | | 9,229 | 100.0% |
| 1 | 中学卒 | 231 | 2.5% |
| 2 | 高校卒 | 2,667 | 28.9% |
| 3 | 専門学校・高専・短大卒 | 2,212 | 24.0% |
| 4 | 大学卒 | 3,743 | 40.6% |
| 5 | 大学院卒 | 376 | 4.1% |

質問11

現在の婚姻状況および子供の有無についてお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|--------|-------|--------|
| 全体 | | 9,229 | 100.0% |
| 1 | 既婚 子あり | 4,447 | 48.2% |
| 2 | 既婚 子無し | 1,141 | 12.4% |
| 3 | 未婚 子あり | 505 | 5.5% |
| 4 | 未婚 子無し | 3,136 | 34.0% |

質問12

5年前の婚姻状況および子供の有無についてお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|--------|-------|--------|
| 全体 | | 9,229 | 100.0% |
| 1 | 既婚 子あり | 3,976 | 43.1% |
| 2 | 既婚 子無し | 1,088 | 11.8% |
| 3 | 未婚 子あり | 394 | 4.3% |
| 4 | 未婚 子無し | 3,771 | 40.9% |

質問13

現在の共働きの有無についてお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|-------------------------------|-------|--------|
| 全体 | | 9,229 | 100.0% |
| 1 | 共働き(未婚の場合はご自身が有職) | 5,345 | 57.9% |
| 2 | どちらか一方が無職(学生、主婦含む) | 2,172 | 23.5% |
| 3 | どちらも無職(学生、主婦含む)(未婚の場合はご自身が無職) | 1,712 | 18.6% |

質問14

5年前の共働きの有無についてお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|-------------------------------|-------|--------|
| 全体 | | 9,229 | 100.0% |
| 1 | 共働き(未婚の場合はご自身が有職) | 5,635 | 61.1% |
| 2 | どちらか一方が無職(学生、主婦含む) | 1,971 | 21.4% |
| 3 | どちらも無職(学生、主婦含む)(未婚の場合はご自身が無職) | 1,623 | 17.6% |

質問15

現在のおおよその個人収入(回答者本人)についてお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|-----------------|-------|-------|
| 1 | 100万円未満 | 2,796 | 30.3% |
| 2 | 100万円～200万円未満 | 1,293 | 14.0% |
| 3 | 200万円～300万円未満 | 1,260 | 13.7% |
| 4 | 300万円～400万円未満 | 1,140 | 12.4% |
| 5 | 400万円～500万円未満 | 857 | 9.3% |
| 6 | 500万円～600万円未満 | 611 | 6.6% |
| 7 | 600万円～700万円未満 | 396 | 4.3% |
| 8 | 700万円～800万円未満 | 307 | 3.3% |
| 9 | 800万円～900万円未満 | 161 | 1.7% |
| 10 | 900万円～1000万円未満 | 134 | 1.5% |
| 11 | 1000万円～1100万円未満 | 82 | 0.9% |
| 12 | 1100万円～1200万円未満 | 39 | 0.4% |
| 13 | 1200万円～1300万円未満 | 30 | 0.3% |
| 14 | 1300万円～1400万円未満 | 19 | 0.2% |
| 15 | 1400万円～1500万円未満 | 19 | 0.2% |
| 16 | 1500万円以上 | 85 | 0.9% |

質問16

5年前のおおよその個人収入(回答者本人)についてお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|-----------------|-------|-------|
| 1 | 100万円未満 | 2,689 | 29.1% |
| 2 | 100万円～200万円未満 | 1,216 | 13.2% |
| 3 | 200万円～300万円未満 | 1,332 | 14.4% |
| 4 | 300万円～400万円未満 | 1,182 | 12.8% |
| 5 | 400万円～500万円未満 | 915 | 9.9% |
| 6 | 500万円～600万円未満 | 613 | 6.6% |
| 7 | 600万円～700万円未満 | 383 | 4.1% |
| 8 | 700万円～800万円未満 | 311 | 3.4% |
| 9 | 800万円～900万円未満 | 169 | 1.8% |
| 10 | 900万円～1000万円未満 | 124 | 1.3% |
| 11 | 1000万円～1100万円未満 | 99 | 1.1% |
| 12 | 1100万円～1200万円未満 | 40 | 0.4% |
| 13 | 1200万円～1300万円未満 | 30 | 0.3% |
| 14 | 1300万円～1400万円未満 | 14 | 0.2% |
| 15 | 1400万円～1500万円未満 | 24 | 0.3% |
| 16 | 1500万円以上 | 88 | 1.0% |

質問17

現在のおおよその世帯年収についてお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|-----------------|-------|-------|
| 1 | 100万円未満 | 672 | 7.3% |
| 2 | 100万円～200万円未満 | 649 | 7.0% |
| 3 | 200万円～300万円未満 | 983 | 10.7% |
| 4 | 300万円～400万円未満 | 1,252 | 13.6% |
| 5 | 400万円～500万円未満 | 1,117 | 12.1% |
| 6 | 500万円～600万円未満 | 1,026 | 11.1% |
| 7 | 600万円～700万円未満 | 817 | 8.9% |
| 8 | 700万円～800万円未満 | 761 | 8.2% |
| 9 | 800万円～900万円未満 | 501 | 5.4% |
| 10 | 900万円～1000万円未満 | 436 | 4.7% |
| 11 | 1000万円～1100万円未満 | 279 | 3.0% |
| 12 | 1100万円～1200万円未満 | 208 | 2.3% |
| 13 | 1200万円～1300万円未満 | 107 | 1.2% |
| 14 | 1300万円～1400万円未満 | 75 | 0.8% |
| 15 | 1400万円～1500万円未満 | 104 | 1.1% |
| 16 | 1500万円以上 | 242 | 2.6% |

質問18

5年前のおおよその世帯年収についてお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|-----------------|-------|-------|
| 1 | 100万円未満 | 742 | 8.0% |
| 2 | 100万円～200万円未満 | 626 | 6.8% |
| 3 | 200万円～300万円未満 | 1,006 | 10.9% |
| 4 | 300万円～400万円未満 | 1,259 | 13.6% |
| 5 | 400万円～500万円未満 | 1,194 | 12.9% |
| 6 | 500万円～600万円未満 | 1,009 | 10.9% |
| 7 | 600万円～700万円未満 | 778 | 8.4% |
| 8 | 700万円～800万円未満 | 714 | 7.7% |
| 9 | 800万円～900万円未満 | 514 | 5.6% |
| 10 | 900万円～1000万円未満 | 416 | 4.5% |
| 11 | 1000万円～1100万円未満 | 302 | 3.3% |
| 12 | 1100万円～1200万円未満 | 165 | 1.8% |
| 13 | 1200万円～1300万円未満 | 126 | 1.4% |
| 14 | 1300万円～1400万円未満 | 67 | 0.7% |
| 15 | 1400万円～1500万円未満 | 69 | 0.7% |
| 16 | 1500万円以上 | 242 | 2.6% |

質問19

現在の居住地に住んでいる理由について、あてはまるものを全てお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|--------------------------------------|-------|-------|
| 1 | 仕事の都合で | 2,722 | 17.9% |
| 2 | 地域独自の歴史・伝統が根付いているから | 283 | 1.9% |
| 3 | シーズンスポーツ等、その地域の特色あるレジャーが充実しているから | 204 | 1.3% |
| 4 | 芸術や文化活動が盛んであるから | 175 | 1.1% |
| 5 | 地域のコミュニティ活動が盛んであるから | 220 | 1.4% |
| 6 | 農山村や漁村等自然と調和した居住・生活環境が残っているから | 342 | 2.2% |
| 7 | 公共交通機関や道路等交通インフラが整っているから | 1,283 | 8.4% |
| 8 | 東京圏(東京都・千葉県・神奈川県・埼玉県)へのアクセスが良好であるから | 1,038 | 6.8% |
| 9 | 医療・福祉の制度・設備が充実しているから | 408 | 2.7% |
| 10 | 新型コロナウイルスの感染リスクが低いから | 184 | 1.2% |
| 11 | 自身の持つスキルを活かすことができる仕事があるから | 204 | 1.3% |
| 12 | 起業・創業に適した環境や支援が整備されているから | 107 | 0.7% |
| 13 | 親族や知人等縁故があるから | 1,728 | 11.3% |
| 14 | 生まれ育った地域であるから | 3,870 | 25.4% |
| 15 | 進学・転勤等で一時的に住んでいたことがあるから(生まれ育った地域を除く) | 308 | 2.0% |
| 16 | 子育てや教育環境が優れているから | 650 | 4.3% |
| 17 | 生活コストが低いから(物価、光熱費、住居費等) | 597 | 3.9% |
| 18 | 移住者向けの情報提供や支援制度が充実しているから | 93 | 0.6% |
| 19 | 移住者が多い地域であるから | 160 | 1.1% |
| 20 | 移住者に開かれたコミュニティがあるから | 110 | 0.7% |
| 21 | その他【 】 | 552 | 3.6% |

質問20

現在の主な仕事の就労状況・形態についてお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|--------------------------------------|-------|-------|
| 1 | 大企業に正社員として勤務 | 993 | 10.8% |
| 2 | 中小企業に正社員として勤務 | 2,248 | 24.4% |
| 3 | 大企業に非正規社員(パート/アルバイト/派遣/嘱託/契約)等として勤務 | 541 | 5.9% |
| 4 | 中小企業に非正規社員(パート/アルバイト/派遣/嘱託/契約)等として勤務 | 1,278 | 13.8% |
| 5 | 会社の経営者・役員 | 174 | 1.9% |
| 6 | 自営業主 | 557 | 6.0% |
| 7 | フリーランス | 273 | 3.0% |
| 8 | 公的機関に勤務 | 476 | 5.2% |
| 9 | 特定非営利活動法人(NPO法人)に勤務 | 45 | 0.5% |
| 10 | 育児休暇や介護休暇中等の長期休暇中 | 54 | 0.6% |
| 11 | 学生(定職なし) | 194 | 2.1% |
| 12 | 主婦・主夫(定職なし) | 1,314 | 14.2% |
| 13 | 転職活動中(定職なし) | 121 | 1.3% |
| 14 | 無職(求職活動をしていない) | 855 | 9.3% |
| 15 | その他の就労状況・形態 | 106 | 1.1% |

質問21

5年前の主な仕事の就労状況・形態についてお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|--------------------------------------|-------|-------|
| 1 | 大企業に正社員として勤務 | 1,157 | 12.5% |
| 2 | 中小企業に正社員として勤務 | 2,431 | 26.3% |
| 3 | 大企業に非正規社員(パート／アルバイト／派遣／嘱託／契約)等として勤務 | 582 | 6.3% |
| 4 | 中小企業に非正規社員(パート／アルバイト／派遣／嘱託／契約)等として勤務 | 1,251 | 13.6% |
| 5 | 会社の経営者・役員 | 160 | 1.7% |
| 6 | 自営業主 | 526 | 5.7% |
| 7 | フリーランス | 234 | 2.5% |
| 8 | 公的機関に勤務 | 534 | 5.8% |
| 9 | 特定非営利活動法人(NPO法人)に勤務 | 45 | 0.5% |
| 10 | 育児休暇や介護休暇中等の長期休暇中 | 11 | 0.1% |
| 11 | 学生(定職なし) | 493 | 5.3% |
| 12 | 主婦・主夫(定職なし) | 1,015 | 11.0% |
| 13 | 転職活動中(定職なし) | 54 | 0.6% |
| 14 | 無職(求職活動をしていない) | 632 | 6.8% |
| 15 | その他の就労状況・形態 | 104 | 1.1% |

質問22

現在の主な仕事の業種についてお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|-------------------|-------|-------|
| 1 | 農業、林業 | 81 | 1.2% |
| 2 | 漁業 | 31 | 0.5% |
| 3 | 鉱業、採石業、砂利採取業 | 57 | 0.9% |
| 4 | 建設業 | 363 | 5.4% |
| 5 | 製造業 | 1,154 | 17.2% |
| 6 | 電気・ガス・熱供給・水道業 | 93 | 1.4% |
| 7 | 情報通信業 | 282 | 4.2% |
| 8 | 運輸業、郵便業 | 323 | 4.8% |
| 9 | 卸売業、小売業 | 699 | 10.4% |
| 10 | 金融業、保険業 | 262 | 3.9% |
| 11 | 不動産業、物品販貸業 | 135 | 2.0% |
| 12 | 学術研究、専門・技術サービス業 | 184 | 2.7% |
| 13 | 宿泊業、飲食サービス業 | 245 | 3.7% |
| 14 | 生活関連サービス業、娯楽業 | 187 | 2.8% |
| 15 | 教育、学習支援業 | 337 | 5.0% |
| 16 | 医療、福祉 | 831 | 12.4% |
| 17 | 複合サービス事業 | 62 | 0.9% |
| 18 | サービス業(他に分類されないもの) | 767 | 11.5% |
| 19 | 公務(他に分類されるものを除く) | 328 | 4.9% |
| 20 | 分類不能の業種 | 262 | 3.9% |
| 21 | 無職 | 8 | 0.1% |

質問23

5年前の主な仕事の業種についてお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|-------------------|-------|-------|
| 1 | 農業、林業 | 79 | 1.1% |
| 2 | 漁業 | 17 | 0.2% |
| 3 | 鉱業、採石業、砂利採取業 | 31 | 0.4% |
| 4 | 建設業 | 359 | 5.1% |
| 5 | 製造業 | 1,205 | 17.2% |
| 6 | 電気・ガス・熱供給・水道業 | 106 | 1.5% |
| 7 | 情報通信業 | 292 | 4.2% |
| 8 | 運輸業、郵便業 | 319 | 4.5% |
| 9 | 卸売業、小売業 | 731 | 10.4% |
| 10 | 金融業、保険業 | 310 | 4.4% |
| 11 | 不動産業、物品販貸業 | 117 | 1.7% |
| 12 | 学術研究、専門・技術サービス業 | 191 | 2.7% |
| 13 | 宿泊業、飲食サービス業 | 284 | 4.0% |
| 14 | 生活関連サービス業、娯楽業 | 237 | 3.4% |
| 15 | 教育、学習支援業 | 384 | 5.5% |
| 16 | 医療、福祉 | 869 | 12.4% |
| 17 | 複合サービス事業 | 69 | 1.0% |
| 18 | サービス業(他に分類されないもの) | 773 | 11.0% |
| 19 | 公務(他に分類されるものを除く) | 357 | 5.1% |
| 20 | 分類不能の業種 | 289 | 4.1% |
| 21 | 無職 | 5 | 0.1% |

質問24

現在の主な仕事の職種についてお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|--------------|-------|--------|
| 全体 | | 6,691 | 100.0% |
| 1 | 管理的職業従事者 | 626 | 9.4% |
| 2 | 専門的・技術的職業従事者 | 1,357 | 20.3% |
| 3 | 事務従事者 | 1,406 | 21.0% |
| 4 | 販売従事者 | 620 | 9.3% |
| 5 | サービス職業従事者 | 956 | 14.3% |
| 6 | 保安職業従事者 | 95 | 1.4% |
| 7 | 農林漁業従事者 | 56 | 0.8% |
| 8 | 生産工程従事者 | 512 | 7.7% |
| 9 | 輸送・機械運転従事者 | 118 | 1.8% |
| 10 | 建設・採掘従事者 | 98 | 1.5% |
| 11 | 運搬・清掃・包装等従事者 | 203 | 3.0% |
| 12 | 分類不能の職種 | 636 | 9.5% |
| 13 | 無職 | 8 | 0.1% |

質問25

5年前の主な仕事の職種についてお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|--------------|-------|--------|
| 全体 | | 7,024 | 100.0% |
| 1 | 管理的職業従事者 | 660 | 9.4% |
| 2 | 専門的・技術的職業従事者 | 1,468 | 20.9% |
| 3 | 事務従事者 | 1,416 | 20.2% |
| 4 | 販売従事者 | 679 | 9.7% |
| 5 | サービス職業従事者 | 1,060 | 15.1% |
| 6 | 保安職業従事者 | 88 | 1.3% |
| 7 | 農林漁業従事者 | 54 | 0.8% |
| 8 | 生産工程従事者 | 508 | 7.2% |
| 9 | 輸送・機械運転従事者 | 123 | 1.8% |
| 10 | 建設・採掘従事者 | 96 | 1.4% |
| 11 | 運搬・清掃・包装等従事者 | 169 | 2.4% |
| 12 | 分類不能の職種 | 698 | 9.9% |
| 13 | 無職 | 5 | 0.1% |

質問26

現在の副業の就労状況・形態についてお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|--------------------------------------|-------|--------|
| 全体 | | 6,691 | 100.0% |
| 1 | 大企業に正社員として勤務 | 238 | 3.6% |
| 2 | 中小企業に正社員として勤務 | 503 | 7.5% |
| 3 | 大企業に非正規社員(パート／アルバイト／派遣／嘱託／契約)等として勤務 | 221 | 3.3% |
| 4 | 中小企業に非正規社員(パート／アルバイト／派遣／嘱託／契約)等として勤務 | 391 | 5.8% |
| 5 | 会社の経営者・役員 | 61 | 0.9% |
| 6 | 自営業主 | 236 | 3.5% |
| 7 | フリーランス | 283 | 4.2% |
| 8 | 公的機関に勤務 | 111 | 1.7% |
| 9 | 特定非営利活動法人(NPO法人)に勤務 | 20 | 0.3% |
| 10 | その他 | 34 | 0.5% |
| 11 | 副業していない | 4,593 | 68.6% |

質問27

5年前の副業の就労状況・形態についてお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|--------------------------------------|-------|--------|
| 全体 | | 7,024 | 100.0% |
| 1 | 大企業に正社員として勤務 | 258 | 3.7% |
| 2 | 中小企業に正社員として勤務 | 539 | 7.7% |
| 3 | 大企業に非正規社員(パート／アルバイト／派遣／嘱託／契約)等として勤務 | 217 | 3.1% |
| 4 | 中小企業に非正規社員(パート／アルバイト／派遣／嘱託／契約)等として勤務 | 443 | 6.3% |
| 5 | 会社の経営者・役員 | 69 | 1.0% |
| 6 | 自営業主 | 221 | 3.1% |
| 7 | フリーランス | 227 | 3.2% |
| 8 | 公的機関に勤務 | 133 | 1.9% |
| 9 | 特定非営利活動法人(NPO法人)に勤務 | 23 | 0.3% |
| 10 | その他 | 31 | 0.4% |
| 11 | 副業していない | 4,863 | 69.2% |

質問28

現在の副業の業種についてお答えください。

| | 回答数 | 構成比 |
|----------------------|-------|--------|
| 全体 | 2,098 | 100.0% |
| 1 農業, 林業 | 48 | 2.3% |
| 2 漁業 | 23 | 1.1% |
| 3 鉱業, 採石業, 砂利採取業 | 59 | 2.8% |
| 4 建設業 | 104 | 5.0% |
| 5 製造業 | 158 | 7.5% |
| 6 電気・ガス・熱供給・水道業 | 35 | 1.7% |
| 7 情報通信業 | 54 | 2.6% |
| 8 運輸業, 郵便業 | 69 | 3.3% |
| 9 卸売業, 小売業 | 109 | 5.2% |
| 10 金融業, 保険業 | 31 | 1.5% |
| 11 不動産業, 物品販賣業 | 38 | 1.8% |
| 12 学術研究, 専門・技術サービス業 | 48 | 2.3% |
| 13 宿泊業, 飲食サービス業 | 71 | 3.4% |
| 14 生活関連サービス業, 娯楽業 | 59 | 2.8% |
| 15 教育, 学習支援業 | 72 | 3.4% |
| 16 医療, 福祉 | 147 | 7.0% |
| 17 複合サービス事業 | 30 | 1.4% |
| 18 サービス業(他に分類されないもの) | 258 | 12.3% |
| 19 公務(他に分類されるものを除く) | 67 | 3.2% |
| 20 分類不能の業種 | 618 | 29.5% |

質問29

5年前の副業の業種についてお答えください。

| | 回答数 | 構成比 |
|----------------------|-------|--------|
| 全体 | 2,161 | 100.0% |
| 1 農業, 林業 | 49 | 2.3% |
| 2 漁業 | 15 | 0.7% |
| 3 鉱業, 採石業, 砂利採取業 | 38 | 1.8% |
| 4 建設業 | 100 | 4.6% |
| 5 製造業 | 172 | 8.0% |
| 6 電気・ガス・熱供給・水道業 | 50 | 2.3% |
| 7 情報通信業 | 58 | 2.7% |
| 8 運輸業, 郵便業 | 56 | 2.6% |
| 9 卸売業, 小売業 | 121 | 5.6% |
| 10 金融業, 保険業 | 29 | 1.3% |
| 11 不動産業, 物品販賣業 | 37 | 1.7% |
| 12 学術研究, 専門・技術サービス業 | 52 | 2.4% |
| 13 宿泊業, 飲食サービス業 | 85 | 3.9% |
| 14 生活関連サービス業, 娯楽業 | 56 | 2.6% |
| 15 教育, 学習支援業 | 74 | 3.4% |
| 16 医療, 福祉 | 152 | 7.0% |
| 17 複合サービス事業 | 34 | 1.6% |
| 18 サービス業(他に分類されないもの) | 260 | 12.0% |
| 19 公務(他に分類されるものを除く) | 73 | 3.4% |
| 20 分類不能の業種 | 650 | 30.1% |

質問30

現在の副業の職種についてお答えください。

| | 回答数 | 構成比 |
|-----------------|-------|--------|
| 全体 | 2,098 | 100.0% |
| 1 管理的職業従事者 | 114 | 5.4% |
| 2 専門的・技術的職業従事者 | 235 | 11.2% |
| 3 事務従事者 | 216 | 10.3% |
| 4 販売従事者 | 138 | 6.6% |
| 5 サービス職業従事者 | 333 | 15.9% |
| 6 保安職業従事者 | 33 | 1.6% |
| 7 農林漁業従事者 | 45 | 2.1% |
| 8 生産工程従事者 | 77 | 3.7% |
| 9 輸送・機械運転従事者 | 27 | 1.3% |
| 10 建設・採掘従事者 | 27 | 1.3% |
| 11 運搬・清掃・包装等従事者 | 48 | 2.3% |
| 12 分類不能の職種 | 805 | 38.4% |

質問31

5年前の副業の職種についてお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|--------------|-----|-------|
| 1 | 管理的職業従事者 | 110 | 5.1% |
| 2 | 専門的・技術的職業従事者 | 246 | 11.4% |
| 3 | 事務従事者 | 202 | 9.3% |
| 4 | 販売従事者 | 140 | 6.5% |
| 5 | サービス職業従事者 | 361 | 16.7% |
| 6 | 保安職業従事者 | 31 | 1.4% |
| 7 | 農林漁業従事者 | 47 | 2.2% |
| 8 | 生産工程従事者 | 86 | 4.0% |
| 9 | 輸送・機械運転従事者 | 24 | 1.1% |
| 10 | 建設・採掘従事者 | 27 | 1.2% |
| 11 | 運搬・清掃・包装等従事者 | 48 | 2.2% |
| 12 | 分類不能の職種 | 839 | 38.8% |

質問32

現在の主な仕事のIT導入・活用状況について、あてはまるものを全てお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|-----------------------|-------|-------|
| 1 | 社内のWeb会議システムの導入・活用 | 1,589 | 12.6% |
| 2 | 社外とのWeb会議システムの導入・活用 | 1,271 | 10.1% |
| 3 | テレワーク・リモート勤務体制の導入・活用 | 1,342 | 10.6% |
| 4 | 顧客管理の電子化 | 749 | 5.9% |
| 5 | オンライン営業の実施 | 430 | 3.4% |
| 6 | ECサイトの構築・活用 | 388 | 3.1% |
| 7 | SNSツールによる販路拡大・PR | 401 | 3.2% |
| 8 | 受発注システムの導入・活用 | 494 | 3.9% |
| 9 | 技術やノウハウのデジタル化 | 465 | 3.7% |
| 10 | 電子署名の導入・活用 | 448 | 3.6% |
| 11 | 決裁書面のデジタル化 | 589 | 4.7% |
| 12 | 社内教育制度のオンライン化 | 565 | 4.5% |
| 13 | その他の活用方法 | 32 | 0.3% |
| 14 | いずれも活用していないが今後は活用予定 | 394 | 3.1% |
| 15 | いずれも活用しておらず今後の活用予定もない | 3,452 | 27.4% |
| 16 | いずれも活用していない | 0 | 0.0% |

質問33

現在の副業のIT導入・活用状況について、あてはまるものを全てお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|-----------------------|-------|-------|
| 1 | 社内のWeb会議システムの導入・活用 | 212 | 7.2% |
| 2 | 社外とのWeb会議システムの導入・活用 | 225 | 7.6% |
| 3 | テレワーク・リモート勤務体制の導入・活用 | 234 | 7.9% |
| 4 | 顧客管理の電子化 | 143 | 4.8% |
| 5 | オンライン営業の実施 | 129 | 4.4% |
| 6 | ECサイトの構築・活用 | 122 | 4.1% |
| 7 | SNSツールによる販路拡大・PR | 116 | 3.9% |
| 8 | 受発注システムの導入・活用 | 101 | 3.4% |
| 9 | 技術やノウハウのデジタル化 | 101 | 3.4% |
| 10 | 電子署名の導入・活用 | 86 | 2.9% |
| 11 | 決裁書面のデジタル化 | 86 | 2.9% |
| 12 | 社内教育制度のオンライン化 | 66 | 2.2% |
| 13 | その他の活用方法 | 8 | 0.3% |
| 14 | いずれも活用していないが今後は活用予定 | 164 | 5.5% |
| 15 | いずれも活用しておらず今後の活用予定もない | 1,171 | 39.5% |
| 16 | いずれも活用していない | 0 | 0.0% |

質問34

5年前の主な仕事のIT導入・活用状況について、あてはまるものを全てお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|-----------------------|-------|-------|
| 1 | 社内でのWeb会議システムの導入・活用 | 634 | 6.7% |
| 2 | 社外とのWeb会議システムの導入・活用 | 429 | 4.5% |
| 3 | テレワーク・リモート勤務体制の導入・活用 | 357 | 3.7% |
| 4 | 顧客管理の電子化 | 569 | 6.0% |
| 5 | オンライン営業の実施 | 217 | 2.3% |
| 6 | ECサイトの構築・活用 | 309 | 3.2% |
| 7 | SNSツールによる販路拡大・PR | 286 | 3.0% |
| 8 | 受発注システムの導入・活用 | 474 | 5.0% |
| 9 | 技術やノウハウのデジタル化 | 373 | 3.9% |
| 10 | 電子署名の導入・活用 | 245 | 2.6% |
| 11 | 決裁書面のデジタル化 | 352 | 3.7% |
| 12 | 社内教育制度のオンライン化 | 293 | 3.1% |
| 13 | その他の活用方法 | 31 | 0.3% |
| 14 | いずれも活用していないが今後は活用予定 | 0 | 0.0% |
| 15 | いずれも活用しておらず今後の活用予定もない | 0 | 0.0% |
| 16 | いずれも活用していない | 4,958 | 52.0% |

質問35

5年前の副業のIT導入・活用状況について、あてはまるものを全てお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|-----------------------|-------|-------|
| 1 | 社内でのWeb会議システムの導入・活用 | 123 | 4.5% |
| 2 | 社外とのWeb会議システムの導入・活用 | 132 | 4.8% |
| 3 | テレワーク・リモート勤務体制の導入・活用 | 138 | 5.0% |
| 4 | 顧客管理の電子化 | 108 | 3.9% |
| 5 | オンライン営業の実施 | 96 | 3.5% |
| 6 | ECサイトの構築・活用 | 112 | 4.1% |
| 7 | SNSツールによる販路拡大・PR | 87 | 3.2% |
| 8 | 受発注システムの導入・活用 | 98 | 3.6% |
| 9 | 技術やノウハウのデジタル化 | 98 | 3.6% |
| 10 | 電子署名の導入・活用 | 91 | 3.3% |
| 11 | 決裁書面のデジタル化 | 75 | 2.7% |
| 12 | 社内教育制度のオンライン化 | 55 | 2.0% |
| 13 | その他の活用方法 | 7 | 0.3% |
| 14 | いずれも活用していないが今後は活用予定 | 0 | 0.0% |
| 15 | いずれも活用しておらず今後の活用予定もない | 0 | 0.0% |
| 16 | いずれも活用していない | 1,529 | 55.6% |

質問36

現在の主な仕事のテレワーク活用の有無についてお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|--------------------------------|-------|-------|
| 1 | テレワークを毎日実施している | 419 | 6.3% |
| 2 | テレワークを週3~4回実施している | 346 | 5.2% |
| 3 | テレワークを週1~2回実施している | 478 | 7.1% |
| 4 | テレワークを不定期で実施している | 413 | 6.2% |
| 5 | テレワークを実施していない(許可されているが実施していない) | 563 | 8.4% |
| 6 | テレワークを実施していない(許可されていない) | 4,472 | 66.8% |

質問37

現在の副業のテレワーク活用の有無についてお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|--------------------------------|-------|-------|
| 1 | テレワークを毎日実施している | 173 | 8.2% |
| 2 | テレワークを週3~4回実施している | 126 | 6.0% |
| 3 | テレワークを週1~2回実施している | 161 | 7.7% |
| 4 | テレワークを不定期で実施している | 163 | 7.8% |
| 5 | テレワークを実施していない(許可されているが実施していない) | 166 | 7.9% |
| 6 | テレワークを実施していない(許可されていない) | 1,309 | 62.4% |

質問38

5年前の主な仕事のテレワーク活用の有無についてお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|--------------------------------|-------|-------|
| 1 | テレワークを毎日実施している | 195 | 2.8% |
| 2 | テレワークを週3~4回実施している | 131 | 1.9% |
| 3 | テレワークを週1~2回実施している | 181 | 2.6% |
| 4 | テレワークを不定期で実施している | 201 | 2.9% |
| 5 | テレワークを実施していない(許可されているが実施していない) | 454 | 6.5% |
| 6 | テレワークを実施していない(許可されていない) | 5,862 | 83.5% |

質問39

5年前の副業のテレワーク活用の有無についてお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|--------------------------------|-------|-------|
| 1 | テレワークを毎日実施している | 148 | 6.8% |
| 2 | テレワークを週3~4回実施している | 124 | 5.7% |
| 3 | テレワークを週1~2回実施している | 94 | 4.3% |
| 4 | テレワークを不定期で実施している | 99 | 4.6% |
| 5 | テレワークを実施していない(許可されているが実施していない) | 176 | 8.1% |
| 6 | テレワークを実施していない(許可されていない) | 1,520 | 70.3% |

質問40

起業・独立・開業をするに至った、又は起業を検討している背景にある動機や理由について、あてはまるものを全てお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|--------------------------------|-----|-------|
| 1 | 起業によって自己実現したかったから | 557 | 9.6% |
| 2 | 自分の裁量で自由に仕事をしたかったから | 887 | 15.3% |
| 3 | 社会や地域に貢献できる仕事がしたかったから | 259 | 4.5% |
| 4 | 自分の技術やアイデアを事業化したかったから | 327 | 5.6% |
| 5 | 自身の技術・知識・経験などを活かしたかったから | 515 | 8.9% |
| 6 | より高い収入を得たかったから | 583 | 10.1% |
| 7 | 時間的・精神的なゆとりを得たかったから | 527 | 9.1% |
| 8 | 経営者として高い社会的評価を得たかったから | 133 | 2.3% |
| 9 | 年齢や性別に関係なく働き続けたかったから | 306 | 5.3% |
| 10 | 勤め先の将来の見通しが暗かったから | 213 | 3.7% |
| 11 | 勤め先の賃金面に不満があったから | 202 | 3.5% |
| 12 | 勤め先の仕事内容と自分のやりたいことのギャップがあったから | 209 | 3.6% |
| 13 | ほかに適当な就職先がなかったから | 162 | 2.8% |
| 14 | 著名な起業家の発言や行動から影響を受けたから | 62 | 1.1% |
| 15 | 親や親せき等の事業経営の経験から影響を受けたから | 99 | 1.7% |
| 16 | 友人や同僚の事業経営の経験から影響を受けたから | 89 | 1.5% |
| 17 | 家庭と両立できる仕事がしたかったから | 291 | 5.0% |
| 18 | 家庭環境の変化や転機があったから(離婚、病気、介護、育児等) | 144 | 2.5% |
| 19 | コロナ禍において自身のキャリアを見直したから | 137 | 2.4% |
| 20 | その他【 】 | 90 | 1.6% |

質問41

起業・独立・開業を選択肢として検討し、起業準備を行っていた時期の状況について、あてはまるものを全てお答えください。

※以降の設問では、複数起業された方は最も直近の起業についてお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|------------------------------|-----|-------|
| 1 | 起業した事業領域に関わる業務(主な仕事)に従事していた | 573 | 36.3% |
| 2 | 起業した事業領域に関わる業務(副業)に従事していた | 161 | 10.2% |
| 3 | 起業した場所に関わる地域で業務(主な仕事)に従事していた | 211 | 13.4% |
| 4 | 起業した場所に関わる地域で業務(副業)に従事していた | 118 | 7.5% |
| 5 | 起業した事業領域と異なる業務(主な仕事)に従事していた | 217 | 13.7% |
| 6 | 起業した事業領域と異なる業務(副業)に従事していた | 111 | 7.0% |
| 7 | 育児休暇や介護休暇中の長期休暇中 | 37 | 2.3% |
| 8 | 学生(定職なし) | 37 | 2.3% |
| 9 | 主婦・主夫(定職なし) | 45 | 2.8% |
| 10 | 転職活動中(定職なし) | 53 | 3.4% |
| 11 | その他【 】 | 17 | 1.1% |

質問42

起業場所を選択する際に重視した条件(まだ実際に起業していない方は、重視したい条件)について、あてはまるものを全てお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|--------------------------|-------|-------|
| 1 | 現在の居住地から近いこと | 1,120 | 25.9% |
| 2 | 親戚・家族がいること | 391 | 9.1% |
| 3 | 知り合いや同僚がいること | 328 | 7.6% |
| 4 | 以前訪問して場所が気に入ったこと | 191 | 4.4% |
| 5 | 観光地であること | 134 | 3.1% |
| 6 | 魅力的な産業があること | 234 | 5.4% |
| 7 | 交通の便がいいこと | 475 | 11.0% |
| 8 | プライベートと仕事のバランスがとりやすそうなこと | 563 | 13.0% |
| 9 | 自治体の起業支援制度が整備されていること | 143 | 3.3% |
| 10 | 起業家コミュニティがあること | 104 | 2.4% |
| 11 | 販路が拡大しやすいこと | 205 | 4.7% |
| 12 | ビジネスで解決したい社会課題があること | 135 | 3.1% |
| 13 | オフィス等、執務場所が確保しやすいこと | 214 | 5.0% |
| 14 | その他【 】 | 83 | 1.9% |

質問43

起業した事業の主な勤務場所(まだ実際に起業していない方は、希望する主な勤務場所)について、あてはまるものを全てお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|--|-------|--------|
| 全体 | | 2,904 | 100.0% |
| 1 | 自宅の一部 | 1,298 | 44.7% |
| 2 | 自宅以外の事務所／店舗(所有) | 339 | 11.7% |
| 3 | 自宅以外の事務所／店舗(賃借) | 519 | 17.9% |
| 4 | サテライトオフィス(企業または団体の本拠から離れた所に設置されたオフィス) | 218 | 7.5% |
| 5 | シェアオフィス(異なる企業・組織の複数利用者がフリーアドレス形式で使用するオフィス) | 163 | 5.6% |
| 6 | レンタルオフィス(個別の占有スペースがある共有オフィス) | 166 | 5.7% |
| 7 | コワーキングスペース(それぞれ独立した仕事を抱えるワーカーが集まり仕事し、コミュニティを形成しながら協業できるオフィス) | 136 | 4.7% |
| 8 | その他【　】 | 65 | 2.2% |

質問44

起業した時期についてお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|---------|-------|--------|
| 全体 | | 1,113 | 100.0% |
| 1 | 2016年以前 | 680 | 61.1% |
| 2 | 2017年 | 68 | 6.1% |
| 3 | 2018年 | 116 | 10.4% |
| 4 | 2019年 | 92 | 8.3% |
| 5 | 2020年 | 80 | 7.2% |
| 6 | 2021年 | 77 | 6.9% |

質問45

起業した事業内容(業種)(起業未実施の場合、起業したい事業内容(業種))についてお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|-------------------|-------|--------|
| 全体 | | 2,207 | 100.0% |
| 1 | 農業、林業 | 54 | 2.4% |
| 2 | 漁業 | 11 | 0.5% |
| 3 | 鉱業、採石業、砂利採取業 | 12 | 0.5% |
| 4 | 建設業 | 117 | 5.3% |
| 5 | 製造業 | 150 | 6.8% |
| 6 | 電気・ガス・熱供給・水道業 | 46 | 2.1% |
| 7 | 情報通信業 | 92 | 4.2% |
| 8 | 運輸業、郵便業 | 34 | 1.5% |
| 9 | 卸売業、小売業 | 191 | 8.7% |
| 10 | 金融業、保険業 | 56 | 2.5% |
| 11 | 不動産業、物品販賣業 | 75 | 3.4% |
| 12 | 学術研究、専門・技術サービス業 | 136 | 6.2% |
| 13 | 宿泊業、飲食サービス業 | 122 | 5.5% |
| 14 | 生活関連サービス業、娯楽業 | 107 | 4.8% |
| 15 | 教育、学習支援業 | 103 | 4.7% |
| 16 | 医療、福祉 | 125 | 5.7% |
| 17 | 複合サービス事業 | 61 | 2.8% |
| 18 | サービス業(他に分類されないもの) | 311 | 14.1% |
| 19 | 公務(他に分類されるものを除く) | 20 | 0.9% |
| 20 | 分類不能の業種 | 145 | 6.6% |
| 21 | 未定 | 239 | 10.8% |

質問46

事業の経営形態(起業未実施の場合、起業したい事業の経営形態)についてお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|----------------------|-------|--------|
| 全体 | | 2,207 | 100.0% |
| 1 | 主たる仕事として:個人事業(自営業主) | 934 | 42.3% |
| 2 | 主たる仕事として:フリーランス | 328 | 14.9% |
| 3 | 主たる仕事として:法人設立(株式会社) | 201 | 9.1% |
| 4 | 主たる仕事として:法人設立(合同会社) | 63 | 2.9% |
| 5 | 主たる仕事として:法人設立(その他形態) | 89 | 4.0% |
| 6 | 主たる仕事として:NPO法人 | 37 | 1.7% |
| 7 | 主たる仕事として:一般社団法人 | 48 | 2.2% |
| 8 | 主たる仕事として:その他【　】 | 7 | 0.3% |
| 9 | 副業として:個人事業(自営業主) | 144 | 6.5% |
| 10 | 副業として:フリーランス | 128 | 5.8% |
| 11 | 副業として:法人設立(株式会社) | 24 | 1.1% |
| 12 | 副業として:法人設立(合同会社) | 12 | 0.5% |
| 13 | 副業として:法人設立(その他形態) | 10 | 0.5% |
| 14 | 副業として:NPO法人 | 14 | 0.6% |
| 15 | 副業として:一般社団法人 | 4 | 0.2% |
| 16 | 副業として:その他【　】 | 3 | 0.1% |
| 17 | 未定 | 161 | 7.3% |

質問47

開業当時の社員数(本人及び非正規社員を含む)についてお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|---------|-----|-------|
| 1 | 1人 | 562 | 50.5% |
| 2 | 2人 | 179 | 16.1% |
| 3 | 3~4人 | 155 | 13.9% |
| 4 | 5~10人 | 98 | 8.8% |
| 5 | 10~20人 | 40 | 3.6% |
| 6 | 21~50人 | 28 | 2.5% |
| 7 | 50~100人 | 20 | 1.8% |
| 8 | 100人以上 | 31 | 2.8% |

質問48

現在(起業していた方は当時(ピーク時))の社員数(本人及び非正規社員を含む)についてお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|---------|-----|-------|
| 1 | 1人 | 544 | 48.9% |
| 2 | 2人 | 158 | 14.2% |
| 3 | 3~4人 | 167 | 15.0% |
| 4 | 5~10人 | 103 | 9.3% |
| 5 | 10~20人 | 54 | 4.9% |
| 6 | 21~50人 | 29 | 2.6% |
| 7 | 50~100人 | 20 | 1.8% |
| 8 | 100人以上 | 38 | 3.4% |

質問49

初期投資額(開業費用)についてお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|-----------------|-----|-------|
| 1 | 0円 | 184 | 16.5% |
| 2 | 1円~50万円未満 | 187 | 16.8% |
| 3 | 50万円~100万円未満 | 121 | 10.9% |
| 4 | 100万円~200万円未満 | 119 | 10.7% |
| 5 | 200万円~300万円未満 | 112 | 10.1% |
| 6 | 300万円~400万円未満 | 84 | 7.5% |
| 7 | 400万円~500万円未満 | 68 | 6.1% |
| 8 | 500万円~600万円未満 | 54 | 4.9% |
| 9 | 600万円~700万円未満 | 22 | 2.0% |
| 10 | 700万円~800万円未満 | 11 | 1.0% |
| 11 | 800万円~900万円未満 | 14 | 1.3% |
| 12 | 900万円~1000万円未満 | 32 | 2.9% |
| 13 | 1000万円~1500万円未満 | 29 | 2.6% |
| 14 | 1500万円~2000万円未満 | 14 | 1.3% |
| 15 | 2000万円以上 | 62 | 5.6% |

質問50

起業当初(起業後3カ月)の平均月商についてお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|-----------------|-----|-------|
| 1 | 0円 | 94 | 8.4% |
| 2 | 1円~50万円未満 | 407 | 36.6% |
| 3 | 50万円~100万円未満 | 181 | 16.3% |
| 4 | 100万円~200万円未満 | 121 | 10.9% |
| 5 | 200万円~300万円未満 | 78 | 7.0% |
| 6 | 300万円~400万円未満 | 65 | 5.8% |
| 7 | 400万円~500万円未満 | 39 | 3.5% |
| 8 | 500万円~600万円未満 | 28 | 2.5% |
| 9 | 600万円~700万円未満 | 19 | 1.7% |
| 10 | 700万円~800万円未満 | 9 | 0.8% |
| 11 | 800万円~900万円未満 | 12 | 1.1% |
| 12 | 900万円~1000万円未満 | 14 | 1.3% |
| 13 | 1000万円~1500万円未満 | 14 | 1.3% |
| 14 | 1500万円~2000万円未満 | 5 | 0.4% |
| 15 | 2000万円以上 | 27 | 2.4% |

質問51

現在(起業していた方は当時(ピーク時))の平均月商についてお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|-----------------|-----|-------|
| 1 | 0円 | 68 | 6.1% |
| 2 | 1円～50万円未満 | 340 | 30.5% |
| 3 | 50万円～100万円未満 | 197 | 17.7% |
| 4 | 100万円～200万円未満 | 133 | 11.9% |
| 5 | 200万円～300万円未満 | 95 | 8.5% |
| 6 | 300万円～400万円未満 | 60 | 5.4% |
| 7 | 400万円～500万円未満 | 51 | 4.6% |
| 8 | 500万円～600万円未満 | 23 | 2.1% |
| 9 | 600万円～700万円未満 | 28 | 2.5% |
| 10 | 700万円～800万円未満 | 14 | 1.3% |
| 11 | 800万円～900万円未満 | 9 | 0.8% |
| 12 | 900万円～1000万円未満 | 24 | 2.2% |
| 13 | 1000万円～1500万円未満 | 19 | 1.7% |
| 14 | 1500万円～2000万円未満 | 15 | 1.3% |
| 15 | 2000万円以上 | 37 | 3.3% |

質問52

起業当初の資金調達方法について、あてはまるものを全てお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|-----------------------|-----|-------|
| 1 | 自己資金 | 884 | 55.5% |
| 2 | 親族からの支援(仮入れ、出資含む) | 174 | 10.9% |
| 3 | 友人・知人等からの支援(仮入れ、出資含む) | 120 | 7.5% |
| 4 | 金融機関からの借入 | 243 | 15.3% |
| 5 | 助成金・補助金の利用 | 89 | 5.6% |
| 6 | 寄付金 | 42 | 2.6% |
| 7 | クラウドファンディング | 30 | 1.9% |
| 8 | その他 | 10 | 0.6% |

質問53

現在(起業していた方は当時(ピーク時))の主な資金調達方法について、あてはまるものを全てお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|-----------------------|-----|-------|
| 1 | 自己資金 | 854 | 59.9% |
| 2 | 親族からの支援(仮入れ、出資含む) | 115 | 8.1% |
| 3 | 友人・知人等からの支援(仮入れ、出資含む) | 73 | 5.1% |
| 4 | 金融機関からの借入 | 222 | 15.6% |
| 5 | 助成金・補助金の利用 | 86 | 6.0% |
| 6 | 寄付金 | 35 | 2.5% |
| 7 | クラウドファンディング | 25 | 1.8% |
| 8 | その他 | 16 | 1.1% |

質問54

起業の際に利用した支援制度・相談制度を全てお答えください。

| 全体 | | 回答数 | 構成比 |
|----|--|-----|-------|
| 1 | 国の起業支援金 | 151 | 7.4% |
| 2 | 自治体の起業支援金／補助金／起業支援融資(の充実) | 166 | 8.2% |
| 3 | 税制補助(起業応援税制の充実等) | 99 | 4.9% |
| 4 | インキュベーション施設の利用 | 102 | 5.0% |
| 5 | 自治体・公的機関(商工会など)の運営するセミナーへの参加 | 111 | 5.5% |
| 6 | NPO法人・民間団体の運営するセミナーへの参加 | 74 | 3.6% |
| 7 | 友人・知人への相談 | 134 | 6.6% |
| 8 | 家族・親戚への相談 | 143 | 7.0% |
| 9 | 起業経験者への相談 | 111 | 5.5% |
| 10 | 自治体・公的機関への起業・経営相談 | 47 | 2.3% |
| 11 | NPO法人・民間団体への起業・経営相談 | 29 | 1.4% |
| 12 | 起業に伴う各種行政手続きに係る支援 | 38 | 1.9% |
| 13 | 起業関連のビジネスコンテストや表彰制度等、技術やスキルなどを向上させる機会(の充実) | 26 | 1.3% |
| 14 | 起業家や同業者等と交流できる支援ネットワーク構築 | 42 | 2.1% |
| 15 | インターネット等による起業・経営に関する情報提供 | 62 | 3.0% |
| 16 | シェアオフィス・コワーキングスペース・民間のオフィス(の充実) | 30 | 1.5% |
| 17 | 事務機器等のレンタルサービス(の充実) | 17 | 0.8% |
| 18 | 事業資金の調達に対する支援 | 36 | 1.8% |
| 19 | 育児・保育支援制度(の充実) | 22 | 1.1% |
| 20 | 医療・福祉の制度(の充実) | 30 | 1.5% |
| 21 | 人材確保のための支援 | 24 | 1.2% |
| 22 | 販路開拓のための支援 | 15 | 0.7% |
| 23 | その他 | 3 | 0.1% |
| 24 | 特になし | 523 | 25.7% |

質問55

実際に特に役に立った支援制度・相談制度を上位5つまでお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|--|-------|--------|
| 全体 | | 1,439 | 100.0% |
| 1 | 国の起業支援金 | 124 | 8.6% |
| 2 | 自治体の起業支援金／補助金／起業支援融資(の充実) | 122 | 8.5% |
| 3 | 税制補助(起業応援税制の充実等) | 55 | 3.8% |
| 4 | インキュベーション施設の利用 | 59 | 4.1% |
| 5 | 自治体・公的機関(商工会など)の運営するセミナーへの参加 | 71 | 4.9% |
| 6 | NPO法人・民間団体の運営するセミナーへの参加 | 36 | 2.5% |
| 7 | 友人・知人への相談 | 91 | 6.3% |
| 8 | 家族・親戚への相談 | 101 | 7.0% |
| 9 | 起業経験者への相談 | 74 | 5.1% |
| 10 | 自治体・公的機関への起業・経営相談 | 30 | 2.1% |
| 11 | NPO法人・民間団体への起業・経営相談 | 12 | 0.8% |
| 12 | 起業に伴う各種行政手続きに係る支援 | 20 | 1.4% |
| 13 | 起業関連のビジネスコンテストや表彰制度等、技術やスキルなどを向上させる機会(の充実) | 8 | 0.6% |
| 14 | 起業家や同業者等と交流できる支援ネットワーク構築 | 24 | 1.7% |
| 15 | インターネット等による起業・経営に関する情報提供 | 34 | 2.4% |
| 16 | シェアオフィス・コワーキングスペース・民間のオフィス(の充実) | 12 | 0.8% |
| 17 | 事務機器等のレンタルサービス(の充実) | 7 | 0.5% |
| 18 | 事業資金の調達に対する支援 | 15 | 1.0% |
| 19 | 育児・保育支援制度(の充実) | 3 | 0.2% |
| 20 | 医療・福祉の制度(の充実) | 7 | 0.5% |
| 21 | 人材確保のための支援 | 5 | 0.3% |
| 22 | 販路開拓のための支援 | 3 | 0.2% |
| 23 | その他 | 3 | 0.2% |
| 24 | 特になし | 523 | 36.3% |

質問56

起業にあたって重要・必要だと感じる支援制度・相談制度を全てお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|--|-------|--------|
| 全体 | | 2,628 | 100.0% |
| 1 | 国の起業支援金 | 280 | 10.7% |
| 2 | 自治体の起業支援金／補助金／起業支援融資(の充実) | 296 | 11.3% |
| 3 | 税制補助(起業応援税制の充実等) | 179 | 6.8% |
| 4 | インキュベーション施設の利用 | 79 | 3.0% |
| 5 | 自治体・公的機関(商工会など)の運営するセミナーへの参加 | 121 | 4.6% |
| 6 | NPO法人・民間団体の運営するセミナーへの参加 | 72 | 2.7% |
| 7 | 友人・知人への相談 | 109 | 4.1% |
| 8 | 家族・親戚への相談 | 118 | 4.5% |
| 9 | 起業経験者への相談 | 126 | 4.8% |
| 10 | 自治体・公的機関への起業・経営相談 | 83 | 3.2% |
| 11 | NPO法人・民間団体への起業・経営相談 | 49 | 1.9% |
| 12 | 起業に伴う各種行政手続きに係る支援 | 104 | 4.0% |
| 13 | 起業関連のビジネスコンテストや表彰制度等、技術やスキルなどを向上させる機会(の充実) | 41 | 1.6% |
| 14 | 起業家や同業者等と交流できる支援ネットワーク構築 | 66 | 2.5% |
| 15 | インターネット等による起業・経営に関する情報提供 | 80 | 3.0% |
| 16 | シェアオフィス・コワーキングスペース・民間のオフィス(の充実) | 41 | 1.6% |
| 17 | 事務機器等のレンタルサービス(の充実) | 42 | 1.6% |
| 18 | 事業資金の調達に対する支援 | 102 | 3.9% |
| 19 | 育児・保育支援制度(の充実) | 42 | 1.6% |
| 20 | 医療・福祉の制度(の充実) | 47 | 1.8% |
| 21 | 人材確保のための支援 | 57 | 2.2% |
| 22 | 販路開拓のための支援 | 50 | 1.9% |
| 23 | その他 | 1 | 0.0% |
| 24 | 特になし | 443 | 16.9% |

質問57

起業を実施した時の困りごと・課題について、あてはまるものを上位5つまでお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|----------------------------------|-------|--------|
| 全体 | | 2,591 | 100.0% |
| 1 | 安定的な収入の確保 | 604 | 23.3% |
| 2 | アイデアの事業化 | 152 | 5.9% |
| 3 | 税制・法制への対応 | 192 | 7.4% |
| 4 | 仕事とプライベートの両立が困難 | 194 | 7.5% |
| 5 | 事業に必要な免許・資格が取得できていない | 92 | 3.6% |
| 6 | 相談相手がいない | 151 | 5.8% |
| 7 | 経営に関する知識やノウハウの取得 | 201 | 7.8% |
| 8 | 事業に必要な専門知識の取得 | 152 | 5.9% |
| 9 | 地域コミュニティの理解が得難い | 50 | 1.9% |
| 10 | 家族・友人からの理解が得難い | 57 | 2.2% |
| 11 | 資金調達／資金繰りの目途 | 154 | 5.9% |
| 12 | 質の高い人材や人員数(量的な労働力)の確保 | 71 | 2.7% |
| 13 | マーケティング戦略の検討 | 88 | 3.4% |
| 14 | 自社商品・サービスのPR方法の検討 | 76 | 2.9% |
| 15 | 商品・サービスの競争力強化・差別化 | 83 | 3.2% |
| 16 | (副業の場合)前職の辞め方や独立方法の情報取得 | 27 | 1.0% |
| 17 | 起業する地域の情報不足 | 34 | 1.3% |
| 18 | 起業する地域のコミュニティ(起業家、商工会議所等)との関係性構築 | 47 | 1.8% |
| 19 | その他【】 | 9 | 0.3% |
| 20 | 特にない | 157 | 6.1% |

質問58

移住時期についてお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|---------|-------|--------|
| 全体 | | 1,069 | 100.0% |
| 1 | 2011年以前 | 148 | 13.8% |
| 2 | 2012年 | 69 | 6.5% |
| 3 | 2013年 | 78 | 7.3% |
| 4 | 2014年 | 88 | 8.2% |
| 5 | 2015年 | 135 | 12.6% |
| 6 | 2016年 | 107 | 10.0% |
| 7 | 2017年 | 94 | 8.8% |
| 8 | 2018年 | 104 | 9.7% |
| 9 | 2019年 | 82 | 7.7% |
| 10 | 2020年 | 77 | 7.2% |
| 11 | 2021年 | 87 | 8.1% |

質問59

移住のきっかけや理由について、あてはまるものを上位5つまでお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|--|-------|--------|
| 全体 | | 1,776 | 100.0% |
| 1 | テレワークの導入推進によって、勤務先付近に居住する必要がなくなったこと | 131 | 7.4% |
| 2 | コロナ禍において移住前の地域に居住することのリスクが顕在化したこと | 118 | 6.6% |
| 3 | 親族等を介護する必要が生じたこと | 102 | 5.7% |
| 4 | 自身の就職、転職等仕事上の理由 | 350 | 19.7% |
| 5 | 配偶者の就職、転勤、転職等、配偶者の仕事上の理由 | 182 | 10.2% |
| 6 | 家業を継ぐことや家族・親族の転勤等、家族・親族の仕事上の理由 | 110 | 6.2% |
| 7 | 自身や家族の療養の必要が生じたこと | 98 | 5.5% |
| 8 | 子育て・子供の教育に取り組む中で移住について考えるようになった | 113 | 6.4% |
| 9 | 旅行、ワーケーションや出張・転勤等で訪れたこと | 50 | 2.8% |
| 10 | 移住前の地域におけるライフスタイルが自身や家族に合っていないと感じたこと | 71 | 4.0% |
| 11 | 移住前の地域における生活コストの負担感が大きいこと | 57 | 3.2% |
| 12 | 友人や知人に誘われたから | 29 | 1.6% |
| 13 | 直前に住んでいた地域で起きた自然災害 | 29 | 1.6% |
| 14 | 現在地で起きた自然災害 | 19 | 1.1% |
| 15 | 現在の事業を始めるため(起業やその準備) | 57 | 3.2% |
| 16 | 移住先の地域でやりたい仕事があること(起業を除く) | 49 | 2.8% |
| 17 | 自身の趣味や理想的な生き方の実現において移住先の地域が適していると感じたこと | 113 | 6.4% |
| 18 | その他【】 | 98 | 5.5% |

質問60

移住に伴う支援のうち利用した制度・手段を全てお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|------------------------|-------|--------|
| 全体 | | 1,831 | 100.0% |
| 1 | 国の移住支援金 | 94 | 5.1% |
| 2 | 自治体の移住支援金・補助金 | 126 | 6.9% |
| 3 | 自治体のお試し移住制度 | 161 | 8.8% |
| 4 | 自治体の住宅支援制度(空き家バンク、その他) | 160 | 8.7% |
| 5 | 自治体の出産・子育てに係る支援 | 93 | 5.1% |
| 6 | 自治体の教育に係る支援 | 86 | 4.7% |
| 7 | 自治体の高齢者・福祉に係る支援 | 72 | 3.9% |
| 8 | 地域おこし協力隊 | 74 | 4.0% |
| 9 | 友人・知人からのアドバイス | 125 | 6.8% |
| 10 | 家族・親戚からのアドバイス | 140 | 7.6% |
| 11 | 移住先の移住経験者からのアドバイス | 57 | 3.1% |
| 12 | 移住先以外の移住経験者からのアドバイス | 45 | 2.5% |
| 13 | 自治体・公的機関への移住相談 | 44 | 2.4% |
| 14 | NPO法人・民間団体への移住相談 | 30 | 1.6% |
| 15 | その他 | 1 | 0.1% |
| 16 | 特になし | 523 | 28.6% |

質問61

特に実際に役に立ったと思う制度・手段を上位5つまでお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|------------------------|-------|--------|
| 全体 | | 1,342 | 100.0% |
| 1 | 国の移住支援金 | 68 | 5.1% |
| 2 | 自治体の移住支援金・補助金 | 96 | 7.2% |
| 3 | 自治体のお試し移住制度 | 108 | 8.0% |
| 4 | 自治体の住宅支援制度(空き家バンク、その他) | 124 | 9.2% |
| 5 | 自治体の出産・子育てに係る支援 | 55 | 4.1% |
| 6 | 自治体の教育に係る支援 | 50 | 3.7% |
| 7 | 自治体の高齢者・福祉に係る支援 | 32 | 2.4% |
| 8 | 地域おこし協力隊 | 26 | 1.9% |
| 9 | 友人・知人からのアドバイス | 89 | 6.6% |
| 10 | 家族・親戚からのアドバイス | 100 | 7.5% |
| 11 | 移住先の移住経験者からのアドバイス | 29 | 2.2% |
| 12 | 移住先以外の移住経験者からのアドバイス | 12 | 0.9% |
| 13 | 自治体・公的機関への移住相談 | 21 | 1.6% |
| 14 | NPO法人・民間団体への移住相談 | 8 | 0.6% |
| 15 | その他 | 1 | 0.1% |
| 16 | 特になし | 523 | 39.0% |

質問62

何が課題又は不安で起業に踏み込めていない(起業に至らなかった)のか、あてはまる理由を上位5つまでお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|----------------------------------|-------|--------|
| 全体 | | 2,853 | 100.0% |
| 1 | 安定的な収入の確保 | 579 | 20.3% |
| 2 | アイデアの事業化 | 248 | 8.7% |
| 3 | 税制・法制への対応 | 142 | 5.0% |
| 4 | 仕事とプライベートの両立が困難 | 192 | 6.7% |
| 5 | 事業に必要な免許・資格が取得できていない | 119 | 4.2% |
| 6 | 相談相手がない | 139 | 4.9% |
| 7 | 経営に関する知識やノウハウの取得 | 335 | 11.7% |
| 8 | 事業に必要な専門知識の取得 | 237 | 8.3% |
| 9 | 地域コミュニティの理解が得難い | 44 | 1.5% |
| 10 | 家族・友人からの理解が得難い | 77 | 2.7% |
| 11 | 資金調達／資金繰りの目途 | 269 | 9.4% |
| 12 | 質の高い人材や人員数(量的な労働力)の確保 | 35 | 1.2% |
| 13 | マーケティング戦略の検討 | 91 | 3.2% |
| 14 | 自社商品・サービスのPR方法の検討 | 41 | 1.4% |
| 15 | 商品・サービスの競争力強化・差別化 | 56 | 2.0% |
| 16 | (副業の場合)前職の辞め方や独立方法の情報取得 | 24 | 0.8% |
| 17 | 起業する地域の情報不足 | 64 | 2.2% |
| 18 | 起業する地域のコミュニティ(起業家、商工会議所等)との関係性構築 | 20 | 0.7% |
| 19 | その他【 】 | 9 | 0.3% |
| 20 | 特になし | 132 | 4.6% |

質問63

起業を検討する方への支援として、実際に利用・相談した制度・手段を全てお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|--|-------|--------|
| 全体 | | 2,389 | 100.0% |
| 1 | 国の起業支援金 | 186 | 7.8% |
| 2 | 自治体の起業支援金／補助金／起業支援融資(の充実) | 154 | 6.4% |
| 3 | 税制補助(起業応援税制の充実等)制度 | 143 | 6.0% |
| 4 | インキュベーション施設の利用 | 79 | 3.3% |
| 5 | 自治体・公的機関(商工会など)の運営するセミナーへの参加 | 105 | 4.4% |
| 6 | NPO法人・民間団体の運営するセミナーへの参加 | 83 | 3.5% |
| 7 | 友人・知人への相談 | 210 | 8.8% |
| 8 | 家族・親戚への相談 | 193 | 8.1% |
| 9 | 起業経験者への相談 | 156 | 6.5% |
| 10 | 自治体・公的機関への起業・経営相談 | 53 | 2.2% |
| 11 | NPO法人・民間団体への起業・経営相談 | 43 | 1.8% |
| 12 | 起業に伴う各種行政手続きに係る支援 | 54 | 2.3% |
| 13 | 起業関連のビジネスコンテストや表彰制度等、技術やスキルなどを向上させる機会(の充実) | 26 | 1.1% |
| 14 | 起業家や同業者等と交流できる支援ネットワーク構築 | 45 | 1.9% |
| 15 | インターネット等による起業・経営に関する情報提供 | 157 | 6.6% |
| 16 | シェアオフィス・コワーキングスペース・民間のオフィス(の充実) | 30 | 1.3% |
| 17 | 事務機器等のレンタルサービス(の充実) | 34 | 1.4% |
| 18 | 事業資金の調達に対する支援 | 55 | 2.3% |
| 19 | 育児・保育支援制度(の充実) | 28 | 1.2% |
| 20 | 医療・福祉の制度(の充実) | 39 | 1.6% |
| 21 | 人材確保のための支援 | 43 | 1.8% |
| 22 | 販路開拓のための支援 | 28 | 1.2% |
| 23 | その他 | 3 | 0.1% |
| 24 | 特にない | 442 | 18.5% |

質問64

特に、実際に役に立った制度・手段を上位5つまでお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|--|-------|--------|
| 全体 | | 1,761 | 100.0% |
| 1 | 国の起業支援金 | 133 | 7.6% |
| 2 | 自治体の起業支援金／補助金／起業支援融資(の充実) | 117 | 6.6% |
| 3 | 税制補助(起業応援税制の充実等)制度 | 92 | 5.2% |
| 4 | インキュベーション施設の利用 | 46 | 2.6% |
| 5 | 自治体・公的機関(商工会など)の運営するセミナーへの参加 | 83 | 4.7% |
| 6 | NPO法人・民間団体の運営するセミナーへの参加 | 53 | 3.0% |
| 7 | 友人・知人への相談 | 155 | 8.8% |
| 8 | 家族・親戚への相談 | 146 | 8.3% |
| 9 | 起業経験者への相談 | 123 | 7.0% |
| 10 | 自治体・公的機関への起業・経営相談 | 28 | 1.6% |
| 11 | NPO法人・民間団体への起業・経営相談 | 20 | 1.1% |
| 12 | 起業に伴う各種行政手続きに係る支援 | 30 | 1.7% |
| 13 | 起業関連のビジネスコンテストや表彰制度等、技術やスキルなどを向上させる機会(の充実) | 12 | 0.7% |
| 14 | 起業家や同業者等と交流できる支援ネットワーク構築 | 24 | 1.4% |
| 15 | インターネット等による起業・経営に関する情報提供 | 129 | 7.3% |
| 16 | シェアオフィス・コワーキングスペース・民間のオフィス(の充実) | 12 | 0.7% |
| 17 | 事務機器等のレンタルサービス(の充実) | 13 | 0.7% |
| 18 | 事業資金の調達に対する支援 | 37 | 2.1% |
| 19 | 育児・保育支援制度(の充実) | 9 | 0.5% |
| 20 | 医療・福祉の制度(の充実) | 22 | 1.2% |
| 21 | 人材確保のための支援 | 20 | 1.1% |
| 22 | 販路開拓のための支援 | 12 | 0.7% |
| 23 | その他 | 3 | 0.2% |
| 24 | 特にない | 442 | 25.1% |

質問65

起業にあたって重要・必要だと感じる制度・手段を上位5つまでお答えください。

| | | 回答数 | 構成比 |
|----|--|-------|--------|
| 全体 | | 3,292 | 100.0% |
| 1 | 国の起業支援金 | 425 | 12.9% |
| 2 | 自治体の起業支援金／補助金／起業支援融資(の充実) | 399 | 12.1% |
| 3 | 税制補助(起業応援税制の充実等)制度 | 318 | 9.7% |
| 4 | インキュベーション施設の利用 | 93 | 2.8% |
| 5 | 自治体・公的機関(商工会など)の運営するセミナーへの参加 | 136 | 4.1% |
| 6 | NPO法人・民間団体の運営するセミナーへの参加 | 75 | 2.3% |
| 7 | 友人・知人への相談 | 136 | 4.1% |
| 8 | 家族・親戚への相談 | 150 | 4.6% |
| 9 | 起業経験者への相談 | 203 | 6.2% |
| 10 | 自治体・公的機関への起業・経営相談 | 113 | 3.4% |
| 11 | NPO法人・民間団体への起業・経営相談 | 53 | 1.6% |
| 12 | 起業に伴う各種行政手続きに係る支援 | 200 | 6.1% |
| 13 | 起業関連のビジネスコンテストや表彰制度等、技術やスキルなどを向上させる機会(の充実) | 61 | 1.9% |
| 14 | 起業家や同業者等と交流できる支援ネットワーク構築 | 118 | 3.6% |
| 15 | インターネット等による起業・経営に関する情報提供 | 167 | 5.1% |
| 16 | シェアオフィス・コワーキングスペース・民間のオフィス(の充実) | 42 | 1.3% |
| 17 | 事務機器等のレンタルサービス(の充実) | 35 | 1.1% |
| 18 | 事業資金の調達に対する支援 | 152 | 4.6% |
| 19 | 育児・保育支援制度(の充実) | 37 | 1.1% |
| 20 | 医療・福祉の制度(の充実) | 40 | 1.2% |
| 21 | 人材確保のための支援 | 54 | 1.6% |
| 22 | 販路開拓のための支援 | 70 | 2.1% |
| 23 | その他 | 2 | 0.1% |
| 24 | 特にない | 213 | 6.5% |