

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、移住起業家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、移住起業家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

移住起業家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 移住起業家ヒアリング実施先一覧)

| コロナ前起業家 |
|--|
| ○ 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政策と自社開発の製品を展開している。 |
| ○ 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） 地元に戻り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」が衰退しているのを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。移住起業家ヒアリングでは、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ったこと、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。移住起業家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、行政手続き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ったことが原因で、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、地方起業家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という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。移居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。(南信州クリエーション)
- 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ず必要なのではないか。(きら星)

(起業家育成支援)

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な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な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が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勞するため、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的となりやすく、その分噂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、起業家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ったり、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、セルフブ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ってく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、EC・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、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、地域の起業家による講演や、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組や、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、自治体と起業家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を期待される。

(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、まずはお試して3カ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、起業家教育コミュニティ型の寮に住み、県内外の起業家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。学生の起業家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、更なる起業家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。起業家が入居し、学生との交流を通じて、起業家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」を作っていくという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、商品を手にと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・ 具体的施策 のポイント | <ul style="list-style-type: none"> ● 長野県庁 ・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・ 具体的施策 のポイント | <ul style="list-style-type: none"> ● 神戸市役所 ・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 ● 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家誘致に重点 ・地域おこし協力隊を活用した<u>起業支援の官民連携「まるまるもりプロジェクト」</u>を実施 ・民間と連携し、<u>移住相談窓口と起業サポートセンター</u>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 ● 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「<u>ドチャベン（土着ベンチャー）</u>」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・起業家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、新たに移住起業家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家を中心に移住起業家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、民間団体と支援事業を分担 ・ふるさと納税などを除き、<u>関係人口創出のための具体的事業が少ない</u> |

（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「UIJ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 NAGANO」と連携した起業相談窓口を設け、出張相談のよう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、移住起業をしやすい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。移住起業家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、移住起業家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（スーハー）」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://suu-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するために、起業家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、成長した起業家の定着が難しい。移住者同様、起業家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、移住起業家が移住先・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っ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することで、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ブ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「じゅーびたっ」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びたっ」（<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楽しむ環境を構築した。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家交流フェスタを開催しており、起業家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刷新し、移住・定住総合ポータルサイト「秋田暮らしはじめの一步」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かったが、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 | 実践型インターシップ等を通して、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し、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、これまでは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、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、遠方に住む起業関係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ていることがわかる。

若年層についてみると、起業関係者は、これまでは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、県外の起業家、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、スモ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）を増やしていくために、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、スモール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、移住起業関係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育成プロジェクト「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クスは、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・PR、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、商圈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、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った環境としての、「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った者が、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つた、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

- 青木遥 (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ー「2020年度新規開業実態調査」結果を中心にー」『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」『経済産業研究所デイ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) 「移住創業者の実態ー地域・キャリアの比較軸を用いた分析ー」『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_kaikaku/02gyousei08_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/kigyoushienkin.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/ijyushienkin.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「移住者の受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-uji.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_zyoseikigyoka_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_sinkikaigyaku_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) 「ストップ少子化・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ー日本のケースー」
『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)