

産業振興会議 専門部会「創業者・従業員」 実施報告

【検討の視点】

- ◆ 新宿らしさを活かした人材育成
- ◆ 各種支援制度の周知・発信について
- ◆ 10年後、20年後を見据えた人材育成

第1回 平成30年8月2日（火） 10:00~12:00

【区内創業者および創業者支援の現状】

- 新規創業率は、都内では渋谷区が高いが、新宿区はそこまで高くない。新宿区の新規創業者を増やしていくことが必要で、そのためには、創業無関心者に関心を持たせることが大事。
- 高田馬場創業支援センターは、月1万円で24時まで利用できるにも関わらず、入居率が100%ではない。
- 今年度より若者を対象にした「ビジネスプランコンテスト」を開催し、創業に向けた支援を広げている。

【従業員教育の現状】

- 創業後に人を雇い始める企業や小規模企業は、労務関係や社員教育で悩みを抱えているところは非常に多いのではないかと。

【支援のあり方】

○創業者

- 日本の新規開業率の低さは、創業に無関心な人が多いことが要因といわれている。新宿区の新規創業者を増やしていくには、創業に無関心な人に関心を持たせることが大事である。
- 創業を「創業前段階」「創業準備段階」「創業後」の大きく3つに整理し、区の支援施策で足りない部分の分析が必要。
- 抱えている悩みや課題を誰に相談すれば良いか分からない人が多くいるため、商工相談窓口の中小企業診断士の専門領域や相談できる内容等を発信していく。
- 創業を目指す人にとって、魅力的な創業者との出会いが大事であり、高田馬場創業支援センターの卒業生などの身近な先輩創業者等との交流の場を作ってはどうか。
- ビジネスプランコンテストをきっかけに、モデルケースが出てくれば、そこを押し出して新宿らしさを打ち出していくのはどうか。継続的なプロモーションを検討する必要がある。

○従業員

- 現在実施している「新宿ビジネス交流会」を拡張し、従業員相互の学習や交流があると、参加者同士の連帯感が生まれ、区内企業の従業員定着につながるのではないか。
- 従業員教育に対する支援メニューが新宿区にあることは、中小企業や小規模企業にとってありがたく、企業が新宿区に根付くことや区内創業者の増加につながると思う。

【支援情報の効果的な周知および発信】

- 高田馬場創業支援センターのパンフレットに、「インキュベーションマネージャーがアドバイスをしてくれる」などの「売り」を記載し、他の施設との違いをアピールする。
- ビジネスアイデアを持つ創業前段階の人が多くいる中、創業しようとする人が金融機関や支援機関に相談する中で、高田馬場創業支援センターの紹介をしてもらえるようにする。

第2回 平成30年10月17日（水） 16:00~18:00

【高田馬場創業支援センターの現状】

（高田馬場創業センター・田中施設長ヒアリング）

○施設の定員と現在の利用者数

- 定員 32 名（10 席のフリーアドレス×3、個室が2席）に対し、現在の利用者数は 21 名。

○利用申請前の相談数とセンターを知ったきっかけ

- 相談件数は毎年度 100 件ほど。センターを知ったきっかけは、インターネットで「新宿 創業支援」といったキーワードで検索し、新宿区でどのような支援策があるのかを調べる中で気づく方が多いと思われる。

○利用終了後の創業の傾向

- 区内創業をする人は、比較的事業がうまく行っている人が多い。一方、区外に出る人は、創業自体を断念する場合やシェアオフィスの利用料を払うのが難しく自宅にもどってしまう場合、または自身の居住地によって新宿が適地ではない場合などがある。

○利用終了後のサポート

- 毎月実施している交流会の案内は必ず出し、再び創業支援センターに来やすい環境を作っている。
- Facebook グループやメーリングリスト等で情報提供を行い、問合せがあった人に対して補助金や金融機関の紹介等の対応をしている。

○利用者数増加に向けた取組み・センターの広報活動

- センター利用者のインタビュー記事の発信や、創業後に雇用を創出している利用終了者に創業スクールのゲストとして話をしてもらうなどの取組みをしている。
- 現在、外向けのセミナーは年に5回、創業スクールは4回行っており、よりセンターを使ってもらえる企画を立てていく。
- センターができて5年になり、高田馬場周辺のベンチャー企業や金融機関、教育機関が持っている創業支援施設と人間関係ができていることから、高田馬場エリアが注目される形をめざし、高田馬場または新宿で創業する魅力をホームページや Facebook で発信している。

【支援のあり方】

○創業

- 国は、産業競争力強化法の改正により、創業機運醸成の無関心な層に対する取組みが創業の裾野を広げようとしている。新宿区としても創業機運醸成に関するプラットフォーム（すでにある地域の信用金庫や商工会議所）をつくり、創業に無関心な人たちに対して交流会や機運を醸成する学習を、高校や大学等と連携していくことが必要である。高田馬場創業支援センターは、起業の準備段階と初期段階をカバーしているが、無関心者のところはカバーできていないため、こういう連携ができれば、無関心層の掘り起こしもできる。

○高田馬場創業支援センター

- センター利用終了後に創業地として選ぶのは区外が多いので、いかに創業した後に、区内で事業を継続してもらえるかが大事なので、支援を考えた方がよい。
- 外国人や女性利用者が少ないことについては、もう少しアプローチしていければ裾野が広がるのではないかな。
- センターにはいろいろ設備や支援体制が充実し、利用者や利用終了者が満足している割には、広報が足りていないように思うので、周知に力をいれるべき。
- 事業計画書を作成しないと利用申請ができないというところが、入居を検討するネックになってはいないか。もう少し敷居を低くして間口を広げてはどうか。そこに公共としてかかわる意義があるではないか。
- 区や東京商工会議所が行う創業や社員教育のセミナーは、会場を高田馬場創業支援センターにすると、センターの周知につながるほか、入居者との交流の場となるのではないかな。

○ビジネスプランコンテスト

- 新宿のビジネスプランコンテストは一気通貫型となっており、ユニコーンやベンチャー等いわゆる成長意欲の大きいところを一つでも二つでも出していくことが狙いのように見えるが、この事業の着地点を明確にした方がいい。

○従業員教育

- ・ 経営者からすると同じテーマで話せる場があるととても助かるので、「従業員の教育」をテーマに他企業とディスカッションできると良い。そのような場を新宿区で設けてもらえれば、企業の区内定着につながると思う。
- ・ 中小企業などの経営者団体に加入していない企業や小規模企業を対象にした支援は必要。新宿ビジネス交流会のテーマに「ビジネスマナー」など設けてはどうか。

第3回 平成31年1月29日（水） 10:00~12:00

【支援のあり方】

○創業

- ・ 国の「地域創業機運醸成事業」については、新宿区がすでに行っている特定創業支援事業に、高田馬場創業支援センターやビジネスプランコンテストなどを付け加える形で取組むことができると考える。現在創業に無関心な人に関心を持ってもらい、創業を目指す人を増やしていくことも可能であろう。
- ・ 「地域創業機運醸成事業」の中に示されている成果目標に「創業支援者の支援を受けた創業者が事業実施後5年経過時の事業継続率90%を目指す」とあるが、新宿区もこの事業に取り組むのであれば、創業を目指す人が、新しいことにチャレンジできるように支援し、目標を達成していくことを望む。
- ・ ビジネスプランコンテストでは、創業機運醸成に向けたアイデアレベルでのコンテストが必要である。学生でも区民でもアイデアや思い付きのレベルで良しとすれば、ハードルが低く、参加人数も増える。新宿らしさを出すのであれば商店街を絡めてのことも考えられる。
- ・ 創業への関心を高めるためには、地域のニーズが分かることがある程度必要であり、ニーズを示すデータを提供してもらえるようなプラットフォームがあれば良い。
- ・ 創業段階に応じた支援のうち、創業後から5年程度のステップ時には、社労士、税務関係等の専門窓口につなぐことも必要。

○従業員教育

〔従業員同士の交流〕

- ・ 小規模企業や創業後に従業員を採用したばかりのところは、社員の定着を目指してはいるが、社員の教育、特に新入社員のビジネスマナーに関しては、体制が整っているとはいいがたい。そこに対する支援は必要かと思う。
- ・ 新入社員向け、リーダー向け、幹部社員、事業承継候補者、小規模企業の経営者など、対象ごとに交流の場を作っていけば良いのではないか。
- ・ 新入社員のビジネスマナーを前提とした交流を図るのはどうか。

- 交流によって他の企業の社員と知り合うことで、広い視野を持つことができるのではないか。そのような交流の場は非常に大事だと思う。自分が属する会社がどういった地域に根ざしているかを知らないことが多い。地域愛をそういう場で学ぶことができれば良い。
- 異業種の人と触れ合えると、自分たちの良いところ悪いところの気づきやコンプライアンスの面も含めて見直すことができる。視野を広げるという意味では、高田馬場創業支援センターで経営者だけでなく従業員も交流できる場ができると、いろいろ可能性が出てくると思う。

[外国労働者の雇用]

- 中小企業は外国人労働者を雇うときのスキームを理解しているだろうか。外国人を雇うにあたってどうすれば良いのか、支援しているところを紹介してはどうか。
- 新宿らしさということは検討の視点となっているので、外国人労働者に対する課題を明記することは必要。

○まとめ

- 報告書には、課題を列挙し、それに対して支援の空白の部分をはっきりと示し、今後のすべきことを示す。
- 「人材不足」「専門人材の不足」の課題に対しては、他支援機関が行う情報の発信や他部署との連携を検討していく必要がある。
- 「従業員教育」「従業員の定着」の課題は、新入社員や専門人材、経営者、後継者などが対象となる。そのうち、経営者や専門人材については、ビジネス交流会など交流の場があるが、新入社員のところは空白である。新入社員の交流の場、あるいは新入社員を雇った人事担当者同士の交流の場をどう設けていくか、表などで整理すると良い。
- 従業員教育においても新宿区の他部署（消費生活就労支援課、多文化共生プラザ等）を含めて、多様な機関が関わっている。それをプラットフォームのような形で、人材確保、人材育成支援のイメージを示すこと必要である。
- 中小企業が既存の施策を利用しやすくするため、可視化し、発信していく。