

いる

まず注目したいのは、創業支援ネットワークの中心を成す郡山市が、事業計画策定の段階において「支援機関の積極性」を重視し、積極性を発揮した支援機関の「声」に耳を傾けたことである。

これによって、支援者側の論理ではなく、創業者側の利益＝スピードを最優先すべきとの結論に至り、それに沿った決断を下すことが可能となった。

そうした同市の姿勢からうかがえる柔軟性、決断力が、その後の支援機関による「やったことのない取り組み」への挑戦に前向きな影響を与え、先に紹介した事例のような結果につながった可能性は大きい。

続いて、民間企業、社団法人、金融機関といった、多様な組織形態を持つ構成機関の間においても情報共有を図り、連携して創業者向けイベントを開催したことや、たとえ「これまで前例がないこと」であっても、「スピード」と「創業者目線」の観点から活用の是非を検討するという柔軟な姿勢にも目を向けたい。

事例の背景にあった メンバーたちの 果敢な挑戦

たとえば、事例で紹介した創業者・長沢さんはこう述べている。「たまたま美容院で目を通していたタウン誌の記事を見つけ、福島銀行が“プチ起業カフェ”という勉強会を開催することを知りました。あまり難しいことをやりそうにないと思えたし、開催時間も金

曜の夜で調整できそうだったので、参加してみました」

この発言の背景には、次のようなネットワークの挑戦があった事実にも触れておきたい。

- ①初めて取り組む連携イベントの企画として、一般社団法人グロウイングクラウドから「女性」にターゲットを絞るという提案があった。市域の女性にどれくらいの潜在ニーズがあるか、過去参考にできる材料もなく予想できない状態であったが、それでも敢えて「やったことがない女性だけの創業イベントにチャレンジしてみよう」という考えを、ネットワークは時間をかけることなく支持した
- ②通常、リスクに対し敏感であると思われる金融機関（福島銀行）がこの試みを積極的に支持すると同時に、すかさず実行に向けた特別チームを設け、ネットワークのサポート体制を整えた
- ③イベント開催にあたっては、若手行員が積極的に参加・協力し、創業予定者とコミュニケーションを図っている
- ④タウン誌は創業支援イベントを告知する際に一度も活用したことがない媒体だったが、イベントに参加してくれる「女性」の視点を考え、ブティックやサロン等に配置され、気軽に手に取り、且つ無料で持ち帰ることができる広報媒体であることから訴求力があるのではないかと推論し、敢えて主要な告知手段として採用した
- ⑤通常、創業に関わる勉強会やイベントは「創業セミナー」等の名称を付す場合が多かったが、

ターゲットである「女性」の目線を意識し、創業に対する敷居を低くしたいという意図を表すため“プチ起業カフェ”という名称を採用した

ちなみに、このイベントの参加者数は予想数を大幅に上回る46名となり、急きょ追加開催した第2回目も43名という定員オーバーが続き、創業希望者側からの要望で、第5回目の開催にまで至っている（2016年2月現在）。

「積極性」がチームの スピードを加速する

今回調査班は、多様な組織形態を持つ支援機関でネットワークが構築されている場合に、円滑な連携を実現する方法として、一定のテーマ（スピード重視や創業者目線の重視など）をネットワークで共有認識することが有効であることを理解することができた。

同時に、積極性が顕著な機関がネットワークに及ぼす良い影響を見ることもできた。

郡山市のネットワークの取り組みは、人口や経済規模など様々な条件が異なる自治体においても参考になるという感想を持った。