

2

連携した創業支援に

最後に、今後連携した創業支援活動を充実させていくことに関心を持つ方々にとって、参考になるかもしれないポイントを整理します。

人的交流の充実

創業希望者と接触するための工夫

創業希望者を見つけるには困難が伴います。業種や性別など対象を絞った販促活動を行った場合に、思うような効果が表れない可能性があります。一方、予算的な制約がある中では、対象を絞らない販促活動にも訴求効果が表れない可能性があります。いずれにしても、訴求効果が読めないのであれば、ある程度挑戦的な販促活動を試みる必要があります。

創業に対して難しい印象を持っている人や、支援機関に対しても敷居の高さを感じる人がいることを念頭に置き、そうした人たちにとどのようにして、支援者側の意図や情報を届けるか、という視点が必要です。伝達する手段としてS

NS（インターネット上でつながりを持つ仕組み）を活用するなど、従来活用していない媒体を用いることは、一つの方法とされます。イベントの実施時期や実施時間をネットワークで調整して参加機会を増やす、イベントの名称や広報に使うチラシなどに視覚・聴覚的に親しみを覚えるような工夫を加えるなど、まずは創業希望者と接触する工夫が必要です。

人的交流

人的な交流を評価している創業者が活用した支援内容の流れは次のようになります。

①事業化に取り組む際、創業希望者や創業者は不安や迷いを抱えている

↓

②既に創業した経験を持つ経営者や、同じ境遇にある創業希望者、また専門的な見地から助言が可能な者といった人たちとの交流の機会をもつ

↓

③人的交流を通じて、不安が払しょくされたり、問題解決の

ヒントや新たな気づきを得ることにより、創業に向けて創業者の背中を後押しする

このような流れを汲んだ、「人的交流」につながる支援メニューを充実させる必要があります。

たとえば、創業塾などを開催する際には、創業希望者同士で交流したり、地元の経営者と交流できる機会を設けたり、専門的な知見を持つ者や地元の経営者などと継続的に交流ができる仕組みを設けることは、一例として挙げられます。

外部資源の活用と自地域で提供可能な資源の外部に対する開放

創業を志す人たちの中には、創業を成功させ、創業後も成果を出すためには、適切な情報の収集が不可欠と考える人が多くいます。そうした創業希望者のニーズや創業の準備段階などに応じて、適切な時機に適切な情報を提供することが重要です。そのためには、「よろず支援拠点」のような国の制度や、大学や独立行政法人の研究機