

尼崎市における新規立地に関する
実態調査報告書



2015年 3月

公益財団法人 尼崎地域産業活性化機構

目次

1.調査の背景とアンケート調査の概要	4
1.1 調査の背景と目的.....	4
1.2.尼崎市の新設率の推移	4
1.3.新設創業企業の産業分類.....	5
1.4.アンケートの概要	9
2. 尼崎市における創業の実態（アンケートの集計と結果）	11
2.1 尼崎市における創業事業所の特徴.....	11
2.2 創業者の特徴.....	12
2.3 創業の理由ときっかけ	14
2.4 創業時の状況.....	15
2.4.1 創業時における資金調達	15
2.4.2 創業時における知識や技術.....	17
2.4.3 従業員の採用	18
2.5 創業後の状況.....	18
3.他調査との比較.....	20
3.1 比較する調査対象.....	20
3.2 他の調査との比較による尼崎市における創業の特徴	20
4.創業事業所の類型化による特性分析	24
4.1 尼崎市における創業事業所の3つの類型.....	24
4.2 類型別にみた創業者の特徴	24
4.3 類型別にみた創業事業所の特徴	26
4.4 類型別にみた創業の特徴.....	30
4.4.1 【ビジネス目的×ビジネス志向】（Ⅰ型）による創業.....	30
4.4.2 【社会的目的×社会的志向】（Ⅲ型）による創業.....	31
4.4.3 【社会的目的×ビジネス志向】（Ⅱ型）による創業	31

5. 尼崎市における創業促進にむけた提言	33
5.1 資金調達における制約	33
5.2 類型別の創業における特徴と創業促進	35
5.2.1 ビジネス目的×ビジネス志向型創業（Ⅰ型）	35
5.2.2 社会的目的×社会的志向型創業（Ⅲ型）	35
5.2.3 社会的目的×ビジネス志向型創業（Ⅱ型）	36
5.3 創業の場所としての尼崎市の立地環境	36
5.4 尼崎市の創業促進と創業環境の改善のための提言	39
5.4.1 高校、専門学校でのアントレプレナーシップ教育の充実	39
5.4.2 ハローワークなどの就労支援の一つとして創業を周知	39
5.4.3 創業資金調達等の金融支援策の拡充	39
5.4.4 創業相談のためのワンストップの窓口	39
6. 尼崎市における移転・子会社等の設立の実態（アンケートの集計と結果）	41
6.1 尼崎市への移転、子会社等の設立	41
6.2 移転事業所、支社・支店にかかわる集計	42
6.3 尼崎市における立地環境にかかわる集計	44
7. おわりに	45
資料編	46
1. 調査票 A（創業・第二創業用）	47
2. 調査票 B（移転・支店等・子会社）	51
3. 集計結果一覧（調査票 A）	53
4. 集計結果一覧（調査票 B）	57

1.調査の背景とアンケート調査の概要

1.1 調査の背景と目的

日本はバブル崩壊以降の低成長期の 20 年で、創業や起業、新規開業（以下、創業¹）が停滞している。特に、日本の創業率の低さは、先進国の中で際立っている²。これは、イノベーションの制約になるだけでなく、グローバルな競争の中で競争優位を無くした産業から新しい産業への転換を妨げることにも繋がっている。そのため、日本では創業を支援することで、こうした問題に対処し、経済の活性化につなげようという試みが始まっている。

また、尼崎市に目を向けてみると、歴史的に中小製造業の集積が存在し、そこでの創業や廃業による新陳代謝が繰り返されてきた。その結果、イノベーションを誘発したり、生産性の向上に寄与したりしてきたのである。こうした新陳代謝が停滞することは、事業所の競争力の低下だけでなく、尼崎市の産業や経済の強さにも影響を与えている。

そのため、これまでは創業率の低さについての問題を、創業環境や創業意識の乏しさに着目して、その制約条件を取り払うことで解決しようとしてきた。つまり、創業について入り口の部分についての課題について取り上げ、創業がしやすい環境整備を行おうとしているわけである。

その一方で、創業がイノベーションや雇用に貢献することで、経済成長につなげようとする見方も注目されている。このためには、企業が創業後も長く事業活動を続けていくことが必要である。その結果として、創業企業によるイノベーションや雇用、収益によって地域経済の活性化に貢献するのである。そのためには、数年で廃業に陥ることなく、事業の拡大を持続させていかなければならない³。

以上のような問題意識をもって、本調査では、尼崎市における平成 18 年から 24 年に創業した事業所に対して、上記の創業環境と、創業後の事業活動についてアンケート調査を行った。

1.2.尼崎市の新設率の推移

創業率の計算方法にはいくつかあり、それぞれについてメリットとデメリットが存在する。たとえば、『国税庁統計年報』は、法務局に法人設立の届け出をした法人を把握しているが、個人事業所が含まれておらず、休眠事業所が含まれている。『雇用保険事業年報』では、保険関係が新規に成立した事業所を把握しているが、地域別のデータが非公表で有雇用事業所しか含まれていない。タウンページなどの電話番号では、電話番号を取得していない、またはタウンページへの掲載を行っていない事業所が把握できない⁴。

そのため、本報告書では、総務省の『経済センサス』の新設事業所数、もしくは開設時期によって創業率を算出する。ただし、『経済センサス』では、純然たる創業率だけではなく、移転や子会社、支社の設立も含む新規開設の比率になる。そのため、本章では創業率ではなく新設率として考察する。ただし、次章以降では、アンケートの結果から創業と移転、子会社、支社の区別がつくため、創業とする。

また、この統計データは調査時期が毎年ではないことと、調査期間中に開業してすぐ廃業した事業所については把握できない。しかし、個人事業所や非雇用事業所についても把握できるので、個人の小売店や飲食店、小規模な事業所についてもカバーしている。

人口規模が上位 50 市区町村における新設率と廃業率⁵との相関関係を図示した図表 1-1 を見ると、尼

¹ 本報告書では、創業、起業、開業は、「創業」という。

² 松本和幸（2013）「企業数と新規創業率の国際比較」『立教 DBA ジャーナル』、43－48 ページ。

³ 忽那憲治他『アントレプレナーシップ入門』有斐閣、8-11 ページ。

⁴ 『中小企業白書 2007 年版』、22 ページ。

⁵ 『経済センサス H24 年度』の新設事業所数、廃業事業所数で算出し、1 年間に換算したもの。H21

崎市は新設率に比べて廃業率が突出して大きい。新設率と廃業率には相関関係があるので、尼崎市の場合は、新設立を現在の 3.5%から 5%程度まで上昇する余地があると言える。そのためには、現在よりも約 850 事業所、年間で約 330 事業所が新規で開設する必要がある。

そこで、これまでの尼崎市の新設事業所数の推移⁶を見ると（図表 1-2）、年間の開設数が 600～400 で推移している。全国や周辺市とくらべると、比較的安定して推移している。また、新設率⁷では（図表 1-3）、開設数と同様に 2～4%の間を安定して推移している。特に、平成 21 年は周辺市や全国は急激に低下しているが、尼崎市はあまり変化していない。

1.3.新設創業企業の産業分類

産業分類別に平成 18 年から 24 年までに開設された事業所を見ると（図表 1-4）、尼崎市は、「建設業」や「製造業」、「医療、福祉」、「宿泊、飲食サービス」が全国よりも多く、「情報通信」、「金融、保険業」、「学術研究、専門・技術サービス」、「教育、学習支援業」、「複合サービス」が少ない。尼崎市を周辺都市と比較すると、「製造業」や「宿泊、飲食サービス」が多い一方で、「学術研究、専門・技術」や「教育、学習支援」が少ない傾向がある。

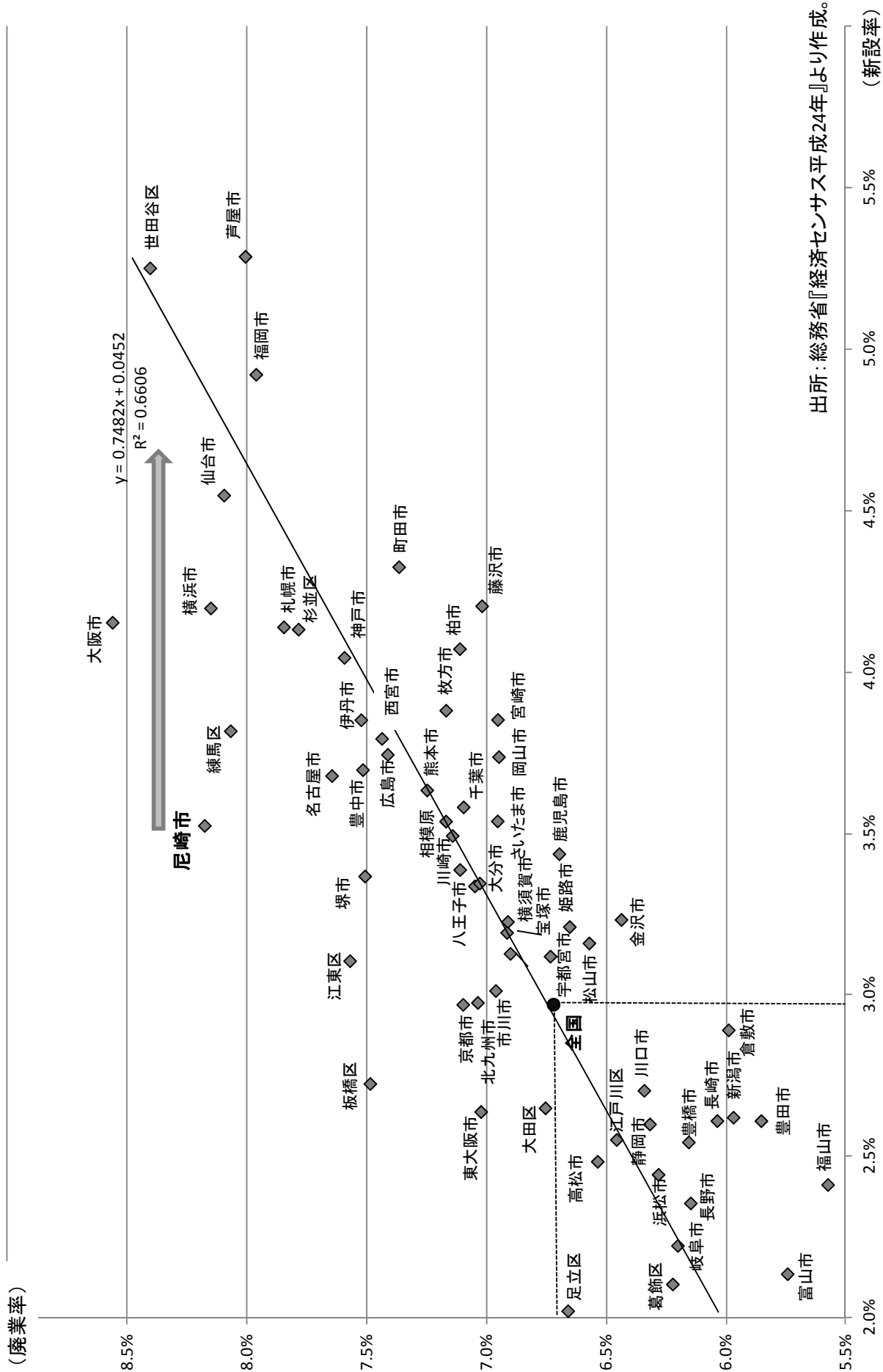
また、創業率の高い、仙台市、世田谷区（東京都）、福岡市、大阪市と比較すると、尼崎市は、「製造業」や「宿泊、飲食サービス」、「医療、福祉」が多く、「情報通信」、「学術研究、専門・技術」が非常に少ないという特徴を持っている。

年度調査から H24 年度調査は、31 ヶ月あるので、新設（廃業）事業所数÷事業所数×12/31 で算出した。

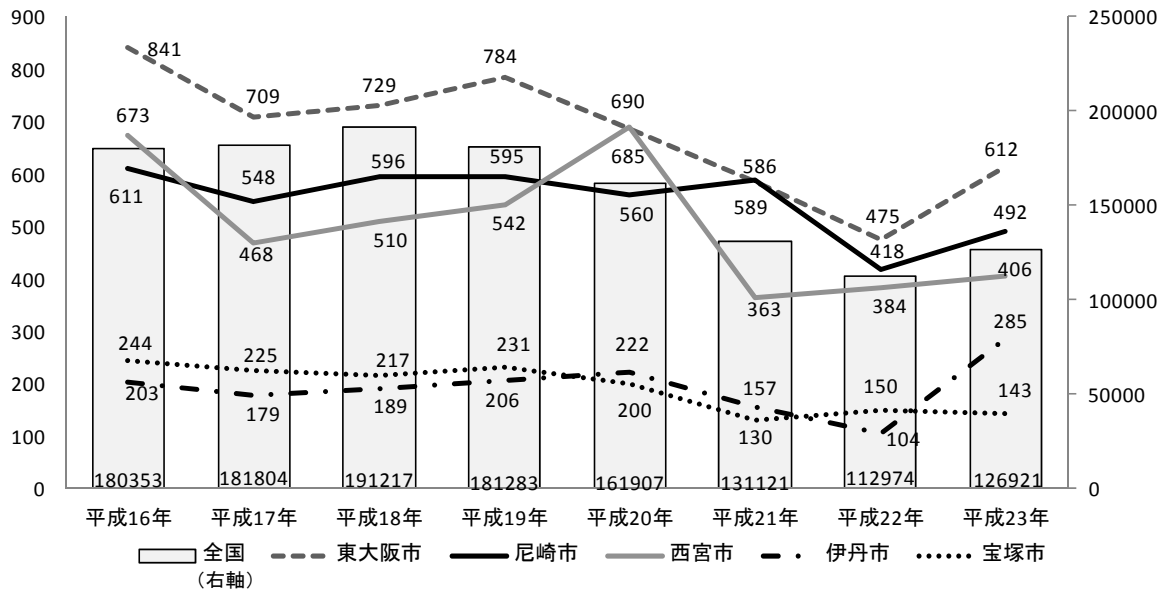
⁶ 経済センサスの開設時期ごとの数値。

⁷ 平成 13 年、16 年、18 年は『事業所・起業統計調査』より、平成 21 年、23 年は『経済センサス』の数値より作成。ただし、平成 23 年の事業所数は、平成 24 年の総事業所数から開設事業所数を引いた数値。

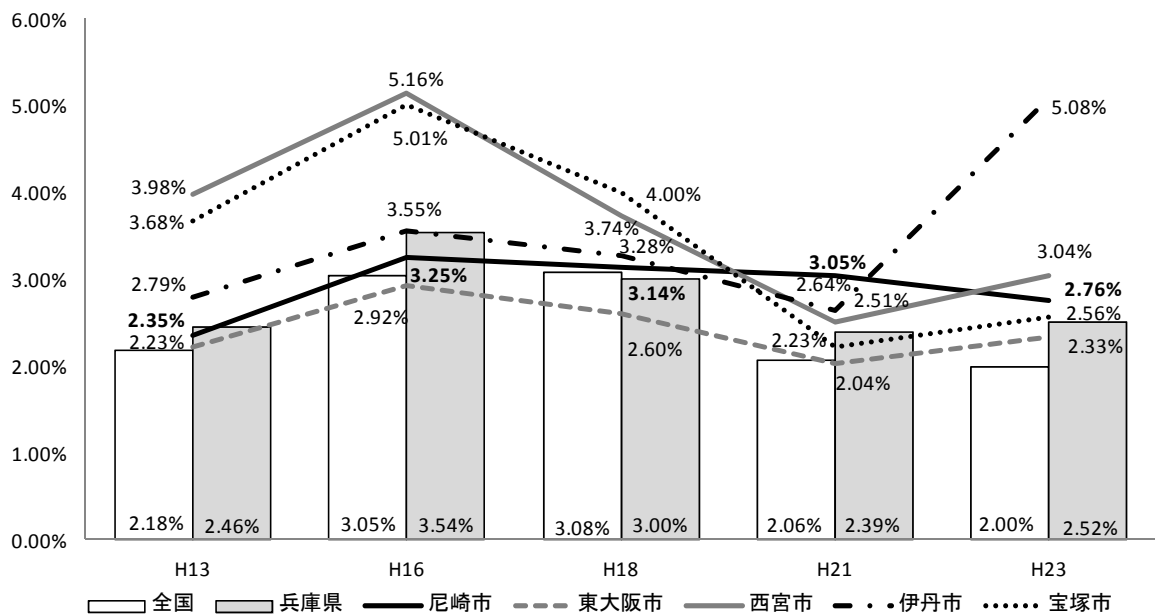
図表 1-1 新設と廃業の相関図



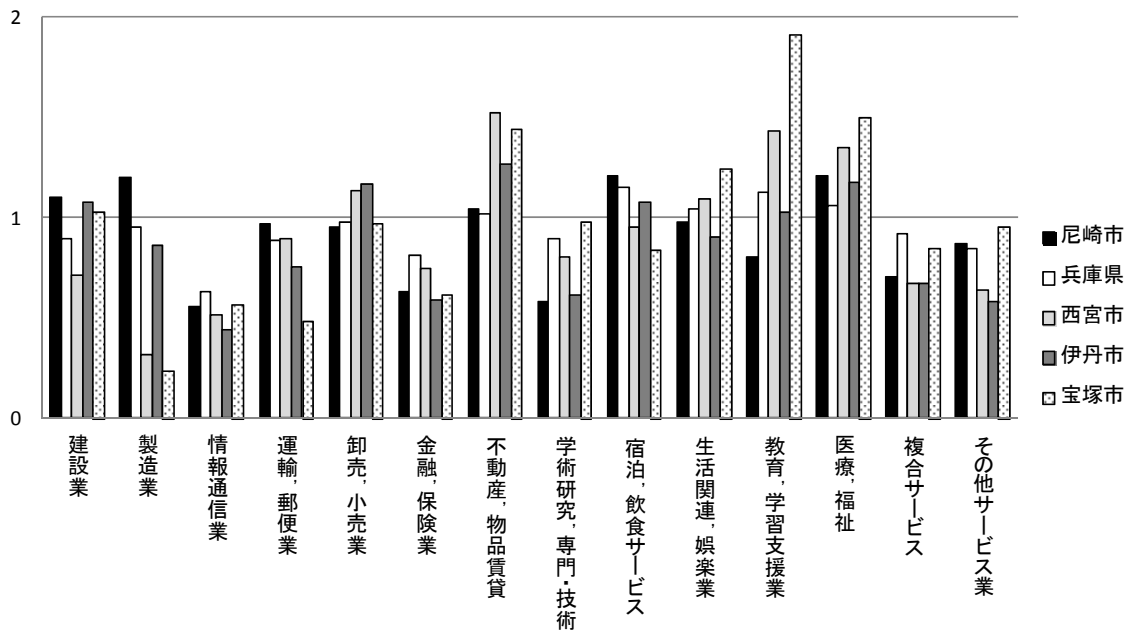
図表 1-2 事業所開設数の推移



図表 1-3 新設率の推移

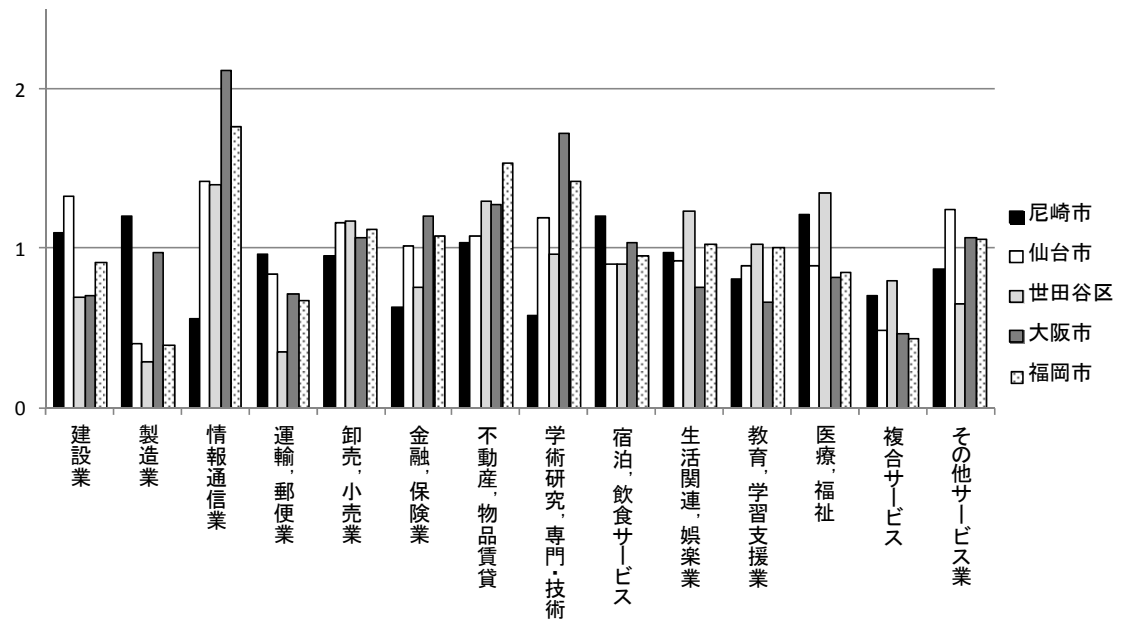


図表 1-4 新規立地事業所の産業分類別構成比（1）（H18-H24年）（全国=1）



出所：図表1-1と同じ。

図表 1-4 新規立地事業所の産業分類別構成比（2）（H18-H24年）（全国=1）



出所：図表1-1と同じ。

1.4.アンケートの概要

- ・調査主体（共同調査）：尼崎市産業振興課、公益財団法人尼崎地域産業活性化機構
- ・調査対象：『経済センサス平成 24 年』において、開設時期が平成 18 年から 24 年の尼崎市内のすべての事業所。
- ・調査方法：アンケート調査（調査票を郵送により配布・回収）
- ・調査時期：平成 26 年 10 月
- ・調査項目：調査票のとおり（P51～P56 参照）
- ・配布回収状況： アンケート調査票の配布・回収状況は次のとおりである。

配布数： 2661 件 無効配布数： 332 件 有効配布数： 2329 件 ……【A】

【調査票 A】 回収数：212 件 有効回収数：177 件⁸……【B】

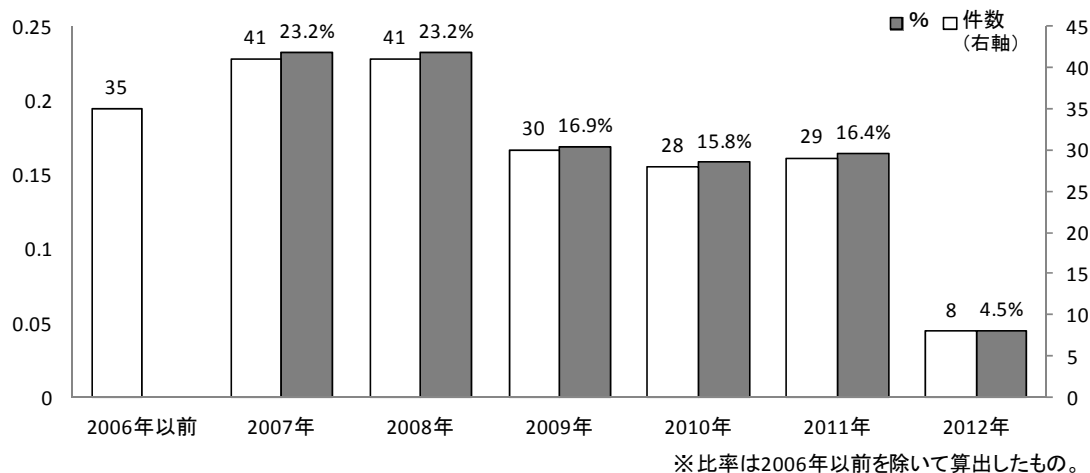
【調査票 B】 回収数：204 件 有効回収数：204 件……【C】

経済センサスの開設時期別で見ると、創業と移転や子会社・支社の設立と区別ができない。そのため、アンケート調査では、創業の場合は調査票 A、移転や子会社・支社の設立の場合は調査票 B を記入する設計とした。以降では、II で創業を分析するために調査票 A を、III で移転や子会社・支社の分析するために調査票 B の結果をそれぞれ用いる。

- ・有効回収率：16.4%……【B】+【C】／【A】×100（%）

産業分類別に見たアンケートの回収状況では、医療、福祉が回収率、回収数とも高い。その一方で、母数では多い卸、小売業や宿泊業、飲食サービス業の回収率があまり高くない。建設業や製造業は回収率が高いものの、回収数が少ない。

図表 1-5 回答事業所の創業年



⁸ 調査票 A は、開設時期が平成 18 年～24 年を対象としたが、平成 17 以前に開設された事業所が 35 件あったため、無効とした。調査票 B についても、平成 17 年以前に開設された事業所があったが、移転・子会社については開設時期を分析対象としないので除外しない。

図表 1-6 回答事業所の産業分類

産業分類	総配布数	未着 (廃業)	実配布数	回収数	無効	有効回収数		
						総数	創業	移転
農業, 林業	1	0	1	0	0	0	0	0
建設業	161	21	140	32	4	28	12	16
製造業	129	16	113	28	4	24	9	15
電気・ガス・熱供給・水道業	3	0	3	1	0	1	0	1
情報通信業	29	4	25	4	0	4	1	3
運輸業, 郵便業	63	13	50	17	1	16	2	14
卸売業, 小売業	674	86	588	83	6	77	19	58
金融業, 保険業	32	4	28	3	0	3	0	3
不動産業, 物品賃貸業	108	14	94	21	2	19	9	10
学術研究, 専門・技術サービス業	72	8	64	21	0	21	15	6
宿泊業, 飲食サービス業	680	92	588	55	6	49	28	21
生活関連サービス業, 娯楽業	221	26	195	25	3	22	6	16
教育, 学習支援業	75	7	68	20	4	16	14	2
医療, 福祉	317	31	286	92	3	89	60	29
その他サービス	96	10	86	14	4	10	0	10
合計	2661	332	2329	416	37	379	175	204

2. 尼崎市における創業の実態（アンケートの集計と結果）

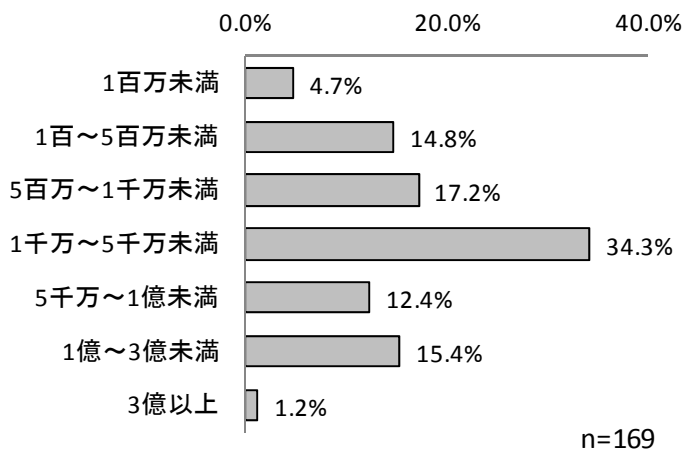
2.1 尼崎市における創業事業所の特徴

創業事業所の特徴を見ると、売上高（年商）は、1000万～5000万円が最も多く、全体の34.3%を占めている。また、100万円以下が4.7%ある一方で、1億円以上が16.6%存在している。さらに、平均は4500万円、最大で5億3千万円、中央値が2000万円で、分布は図表2-1の通りである。

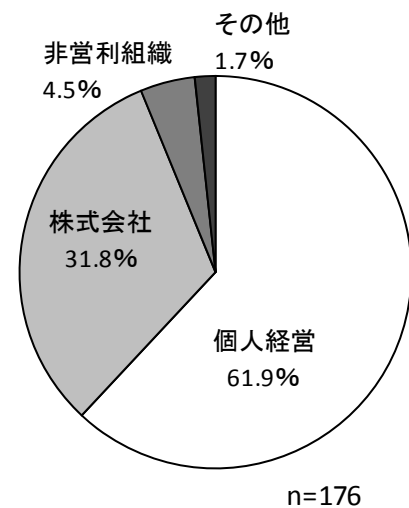
組織形態（図表2-2）や従業員数の分布（図表2-3）を見ると、6割が個人経営である。9割以上が20人以下の従業員規模で、また6割が5人以下と規模が非常に小さい事業所がほとんどである。

取引関係（図表2-4）をみても、4社に3社は「一般消費者向けの財・サービス」で、顧客のいる地域（図表2-5）も「尼崎市内」が70%、「阪神地域」や「関西圏」を含めると、約93%を占めている。また、競争優位性を見ると（図表2-6）、「付加価値が高い」と答えた事業所が34.1%と最も高く、「価格の安さ」が25.1%、「公益性が高い」が22.8%と続いている。

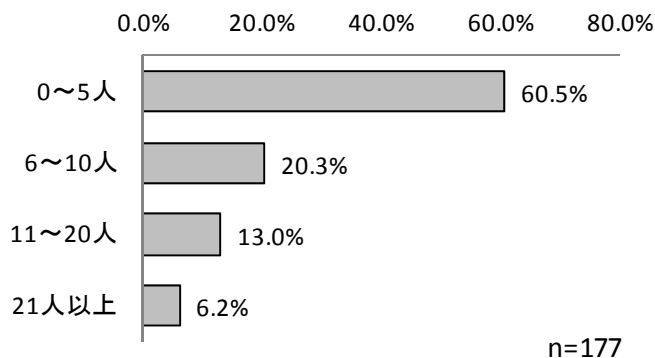
図表 2-1 売上高（年商）の分布



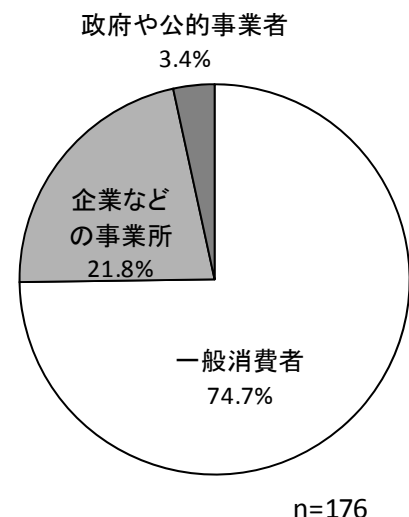
図表 2-2 組織形態（SA）



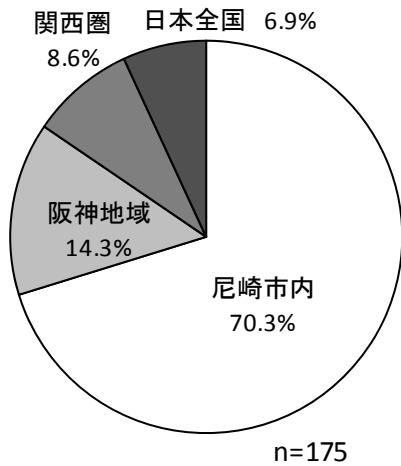
図表 2-3 従業員の分布



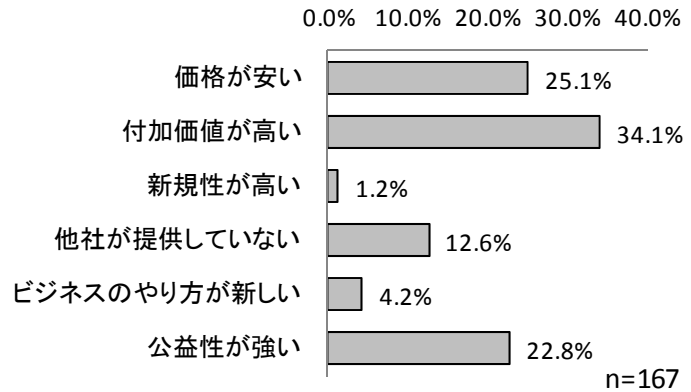
図表 2-4 主な取引相手（SA）



図表 2-5 主な取の地域 (SA)



図表 2-6 競争優位 (SA)



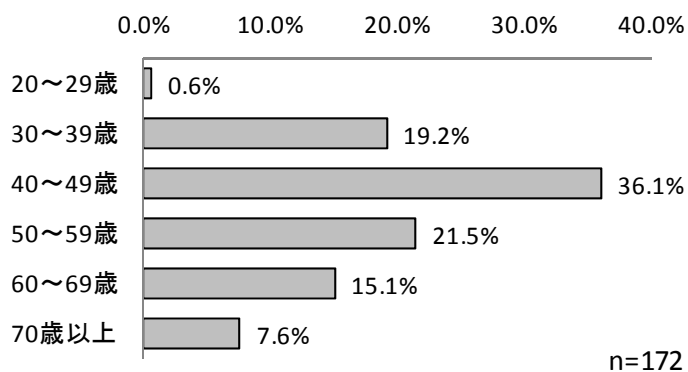
2.2 創業者の特徴

創業者の特徴として、年齢 (図表 2-7) は 40 歳代が 36.1% で最多、次いで 50 歳代の 21.5% である。そして、60 歳以上は合わせて 22.7% と、創業者の年齢は比較的高い傾向にある。また、性別 (図表 2-8) は、男性が 84.3% で、女性創業者はまだ少ない。居住地 (図表 2-9) の尼崎市内と市外の割合は、約 7 : 3 となっている。

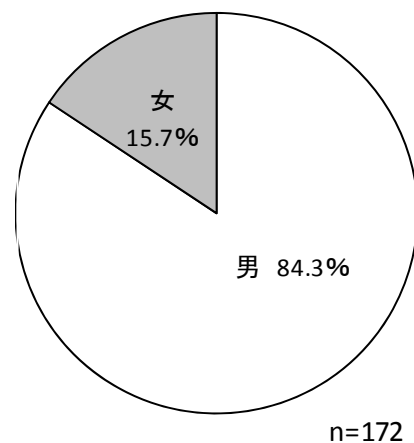
次に、創業者の学歴 (図表 2-10) を見ると、「高校卒業」が最も多く全体の 3 割を占めているが、文系と理系を合わせると「大学卒」が 36.6% と最も多くなる。「専門学校卒」が、22.8% なので、「大卒 (文系・理系)」「高校卒業」「専門学校卒業」の三つで、9 割を占めている。

創業前の経歴 (図表 2-11) では、「正社員 (管理職以外)」と「正社員 (管理職)」が合わせて 57% と半数以上を占めている。また、「会社役員」や「経営者・自営業種」もそれぞれ 10.9% ある。そのため、「正社員 (管理職)」、「会社役員」、「会社経営者・自営業種」を合わせると、48.2% でマネジメント経験者が約半数を占めている。

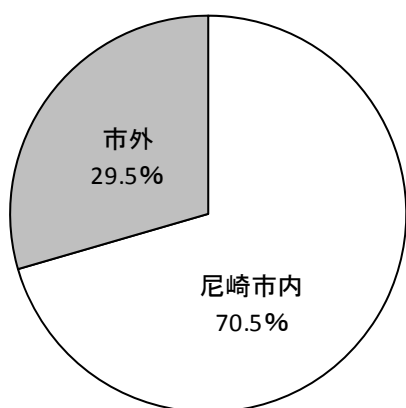
図表 2-7 創業時の年齢



図表 2-8 創業者の性別 (SA)

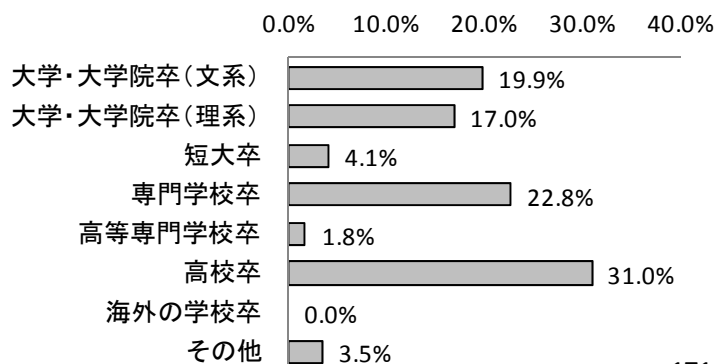


図表 2-9 創業者の居住地 (SA)



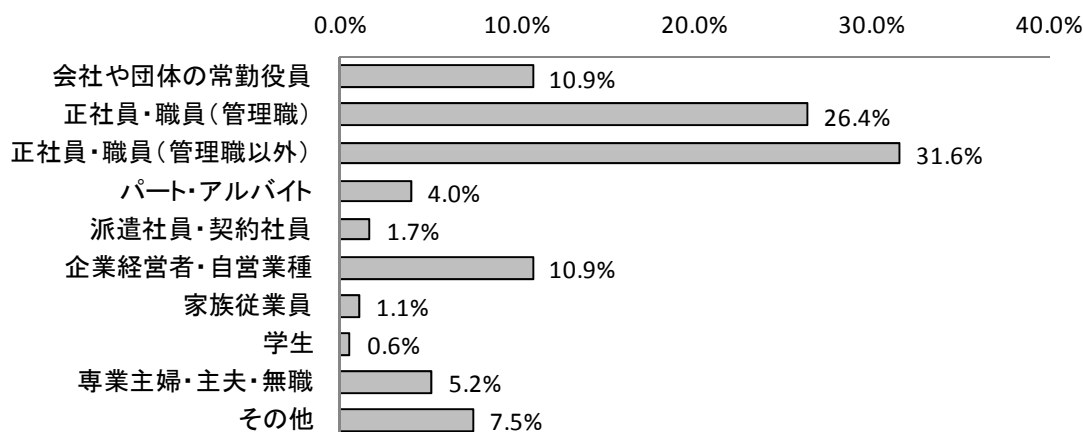
n=173

図表 2-10 創業者の最終学歴 (SA)



n=171

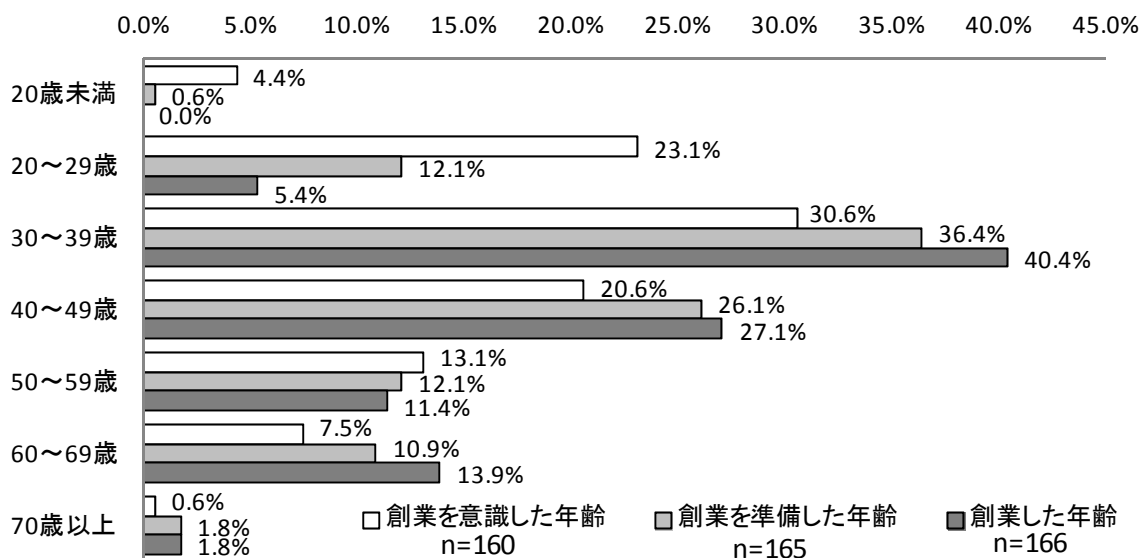
図表 2-11 創業者の前職の経歴 (SA)



n=174

創業に関する年齢をそれぞれ見ると(図表 2-12)、創業を準備した年齢で最も多いのは 30 代で 30.6%、次いで 20 代で 23.1%と 5 割を超えている。一方で、実際に創業した年齢を見ると、30 代が最も多く 40.4%、次いで 40 代が 27.1%と続いているが、60 歳以上が 15.7%も存在している。

図表 2-12 創業に関する年齢

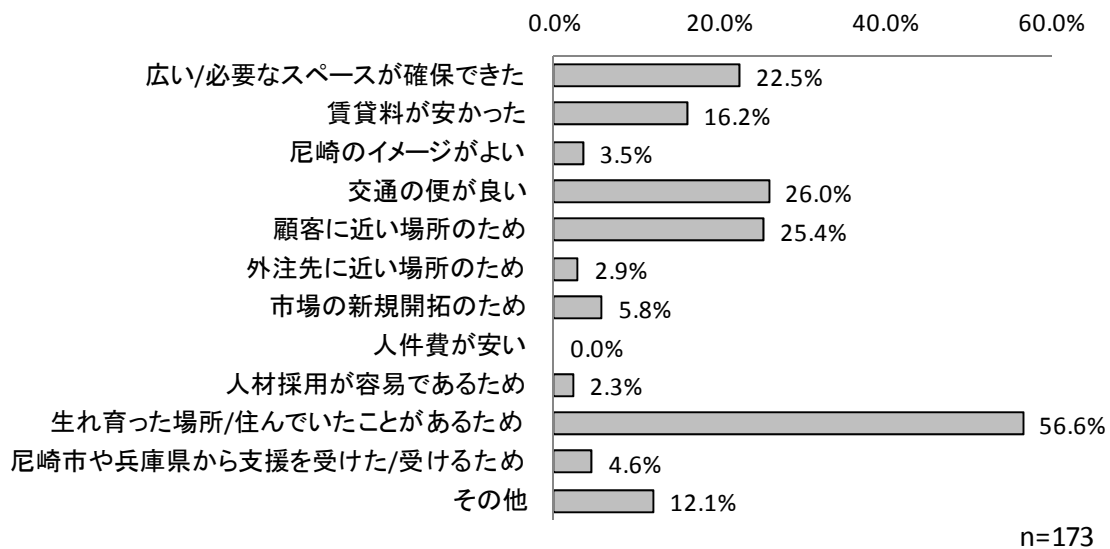


2.3 創業の理由ときっかけ

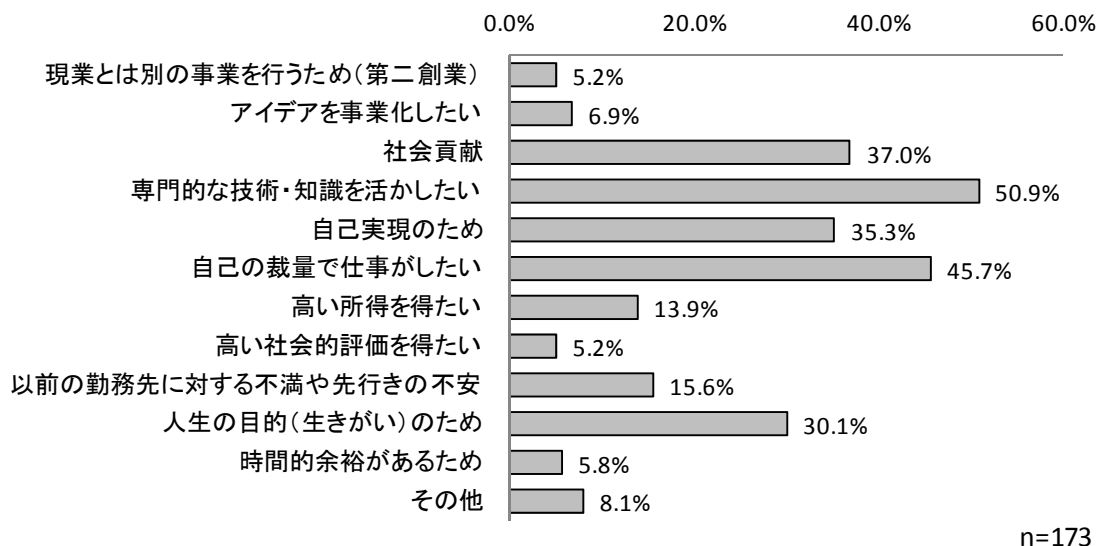
尼崎市で創業した理由（図表 2-13）を見ると、「生れ育った場所や住んでいたことがあるため」が最も多く半数以上の 56.6%である。また、「その他」の項目でも、「自宅から近い」や「土地を所有していた」という意見もあるため、土地勘があることによる取引コストの節約や、自宅があるという創業コストの節約などが考えられる。また、「交通の便がよい」が 26%、「顧客に近い場所のため」が 25.4%と、大都市近郊という尼崎市の立地上の特徴から選ばれた理由も多い。しかし、「市場の新規開拓」が低いので、新規顧客よりも既存顧客に対する近接性が重視されている。

次に、創業の理由や思い（図表 2-14）を見ると、「専門的な技術・知識を活かしたい」が 50.9%と半数の事業所が選んでいるが、「社会貢献」が 37.0%、「人生の目的（生きがい）」が 30.1%と、非経済的理由の創業が多い傾向がある。一方で、「第二創業」（5.2%）、「アイデアの事業化」（6.9%）、「高い所得の獲得」（13.9%）など他の理由は低くなっている。

図表 2-13 尼崎で創業した理由（MA）



図表 2-14 創業の理由や思い（MA）

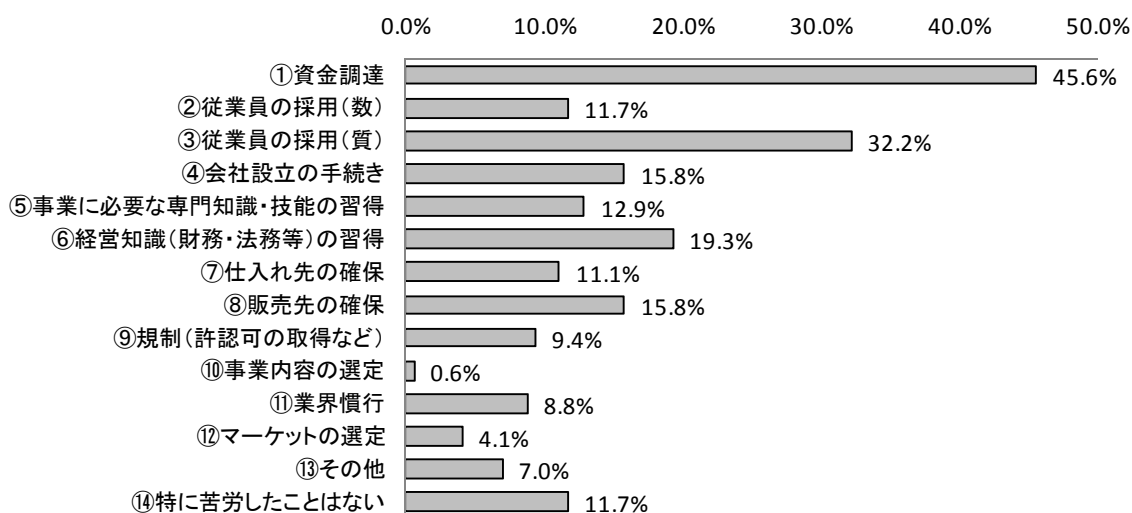


2.4 創業時の状況

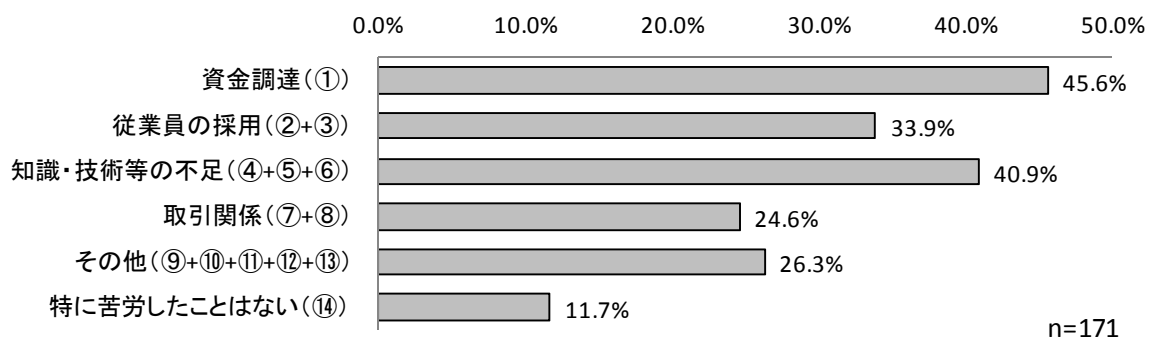
創業時に苦労した点（図表 2-15）を見ると、11.7%が「特に苦労したことはない」と答えており、9割は何らかの苦労をしている。

その中で、もっとも多い答えは、「資金調達」で、全体の 45.6%である。次に、「従業員の採用（質）」が 32.2%であるが、「従業員の採用（量）」と合わせた「従業員の採用」は、33.9%で「資金調達」と同様に大きい。また、「経営知識（財務・法務等）の習得」や「事業に必要な専門知識・技能の習得」などの「知識や技術の不足（40.9%）」、「仕入れ先・販売先の確保やマーケットの選定」などの「取引関係」（26.9%）にかかわるものが続いている。

図表 2-15 創業時に苦労した点（MA）



創業時に苦労した点の類型化

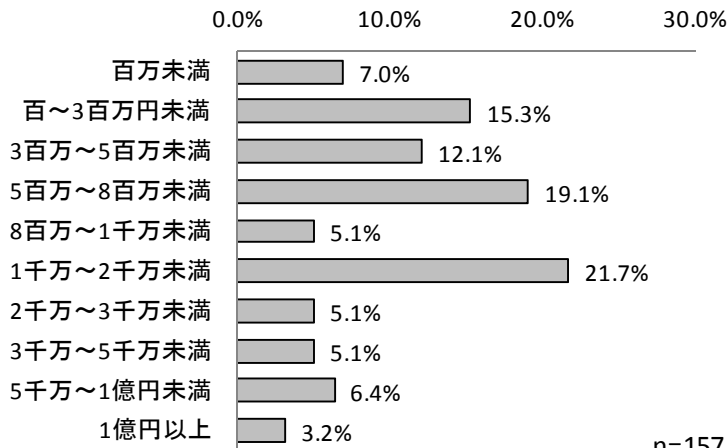


以上のように、創業時に困ったことをまとめると、「資金調達」（45.6%）、「知識・技術の不足」（40.9%）、「従業員の採用」（33.9%）が高い回答を占めているので、以下でそれぞれについてアンケート結果を概観する。

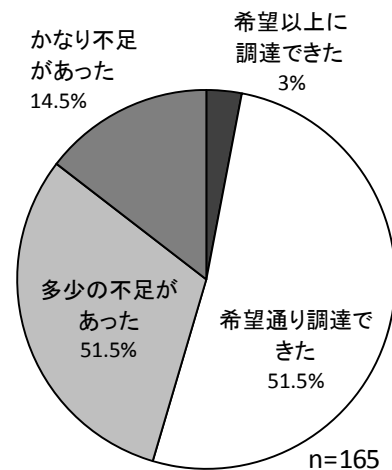
2.4.1 創業時における資金調達

創業時に苦労した点で最も多かった「資金調達」について見ると、資金調達額（図表 2-16）は 100万円以下から 1 億円以上と差が大きい。分布では、1,000~2,000 万円が 21.7%と最も多く、500~800 万円が 19.1%と続いており、全体の 6 割は 1,000 万円以下である。その結果、図表 2-17 にみるように、「希望通り調達できた」人が全体の半数を占めている一方で、「かなり不足していた」ケースも 14.5%ある。

図表 2-16 資金調達額



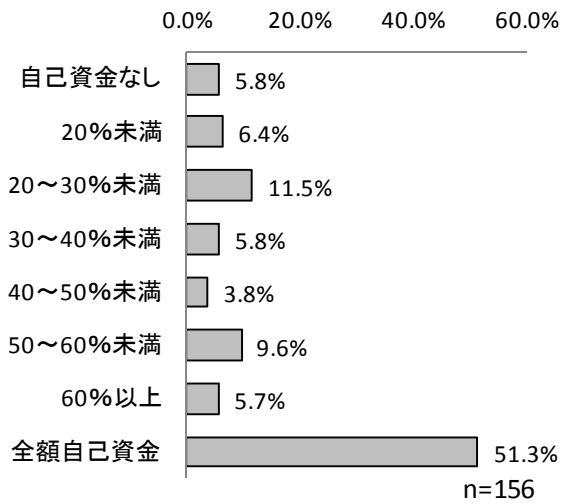
図表 2-17 資金調達の状況(SA)



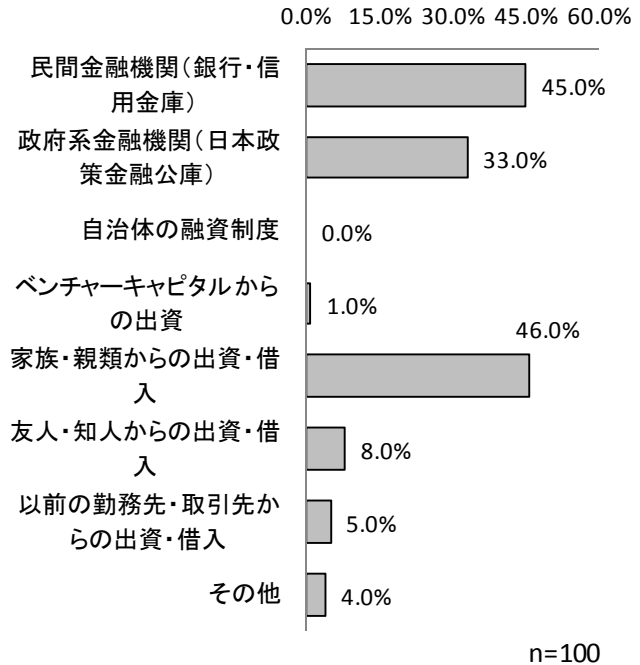
創業時における自己資金比率（図表 2-18）は、全体の半数が全額自己資金であるが、3割は創業資金の半分以下である。自己資金なしという意見も、5.8%存在している。

不足分の調達先（図表 2-19）は、「家族・親類からの出資・借入」が 46.0%、「民間の金融機関」が 45%、「政府系金融機関」が 33.0%の順になっており、それ以外の調達はほとんどない。

図表 2-18 創業資金の自己比率

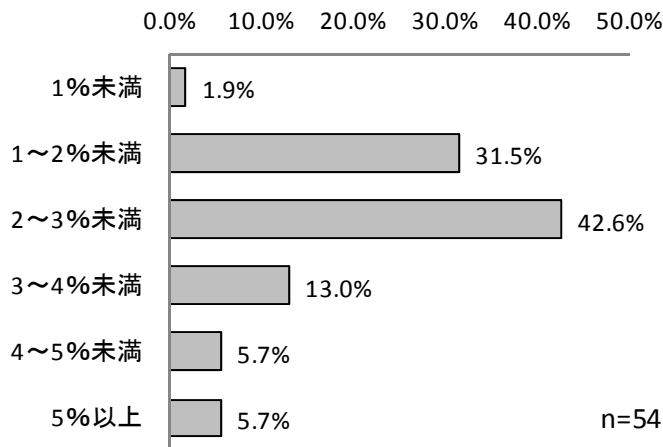


図表 2-19 資金の調達先 (MA)

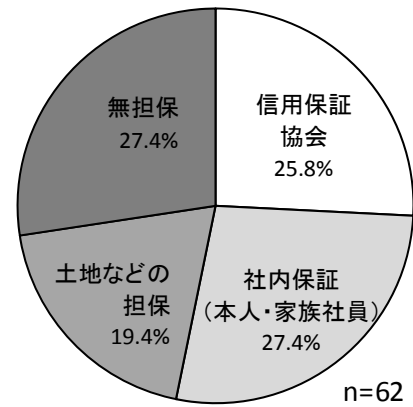


また、金融機関からの借入に伴う利率を見ると（図表 2-20）、約半数が 2～3%で、三分の一が 1～2%と計 76.0%が 3%未満である。また借入の際の担保（図表 2-21）は信用保証協会、社内保証、土地などの担保、無担保がそれぞれ四分の一ずつ占めている。

図表 2-20 金融機関からの借入にともなう利率



図表 2-21 借入の担保 (SA)

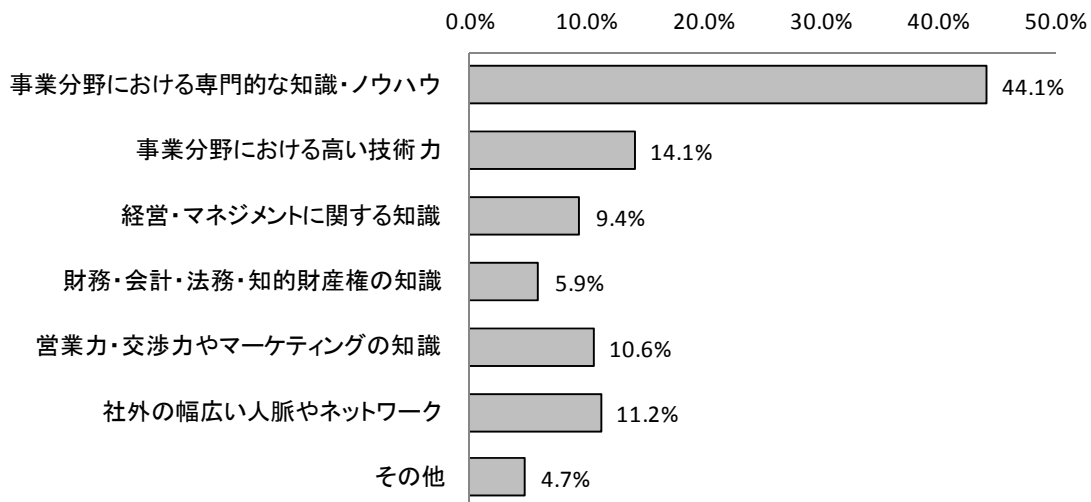


2.4.2 創業時における知識や技術

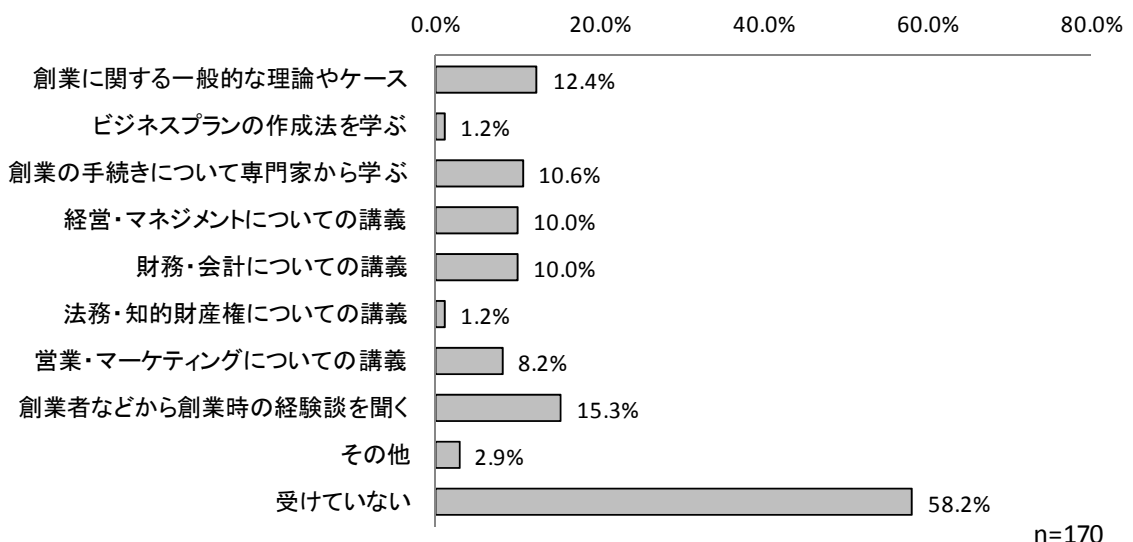
創業で役に立った技術や知識 (図表 2-22) については、「事業分野における専門的な知識・ノウハウ」が最も多く 44.1%となっている。次いで、「事業分野における高い技術力」が 14.1%、「社外の幅広い人脈やネットワーク」が 11.2%、「営業力・交渉力やマーケティングの知識」が 10.6%、「経営・マネジメントに関する知識」が 9.4%と続いている。

一方で、創業前に受けた教育や研修・セミナーなどの受講率 (図表 2-23) は低く、「受けていない」人が全体の 6 割にもものぼっている。

図表 2-22 創業時に役に立った知識や技術 (SA)



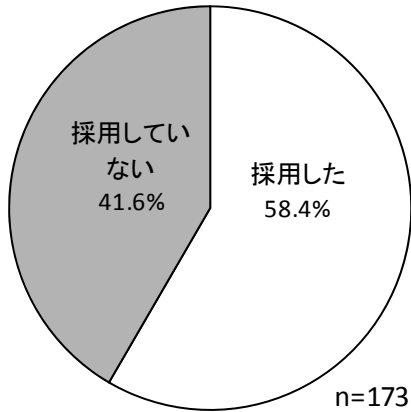
図表 2-23 創業に関する教育の有無



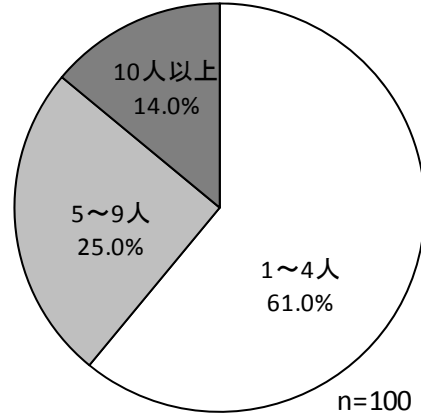
2.4.3 従業員の採用

創業時に従業員を採用した事業所（図表 2-24）は、全体の 6 割にのぼる 58.4%である。採用人数（図表 2-25）は 1～4 人が 61.0%、5～9 人が 25.0%と 10 人未満が 80%以上を占めている。

図表 2-24 従業員の採用の有無

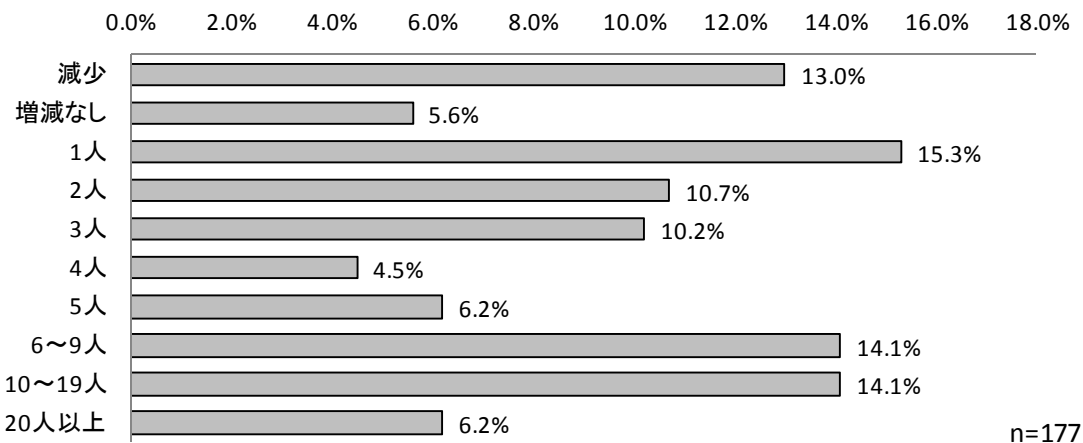


図表 2-25 従業員の採用人数



また、『経済センサス』の調査時点（平成 24 年 2 月 1 日）との創業時の採用従業員数の差を比較すると（図表 2-26）、減少した事業所が 13.0%、増減なしが 5.6%で、全体の 80%以上の事業所で従業員が増えている。増加人数の分布を見ると、5 人以下が合計 46.9%で半数近くを占めている。一方で、10～19 人が 14.1%、20 人以上が 6.2%で約 2 割の事業所で、従業員が 10 人以上増えている。

図表 2-26 創業時からの従業員の増加数

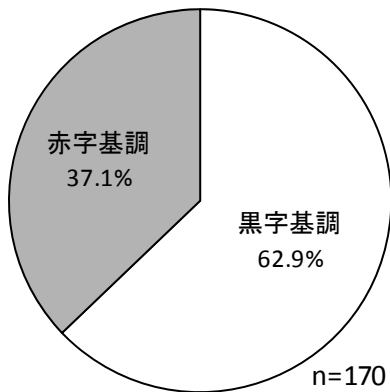


※増減数は、平成24年2月1日現在の従業員数との差。

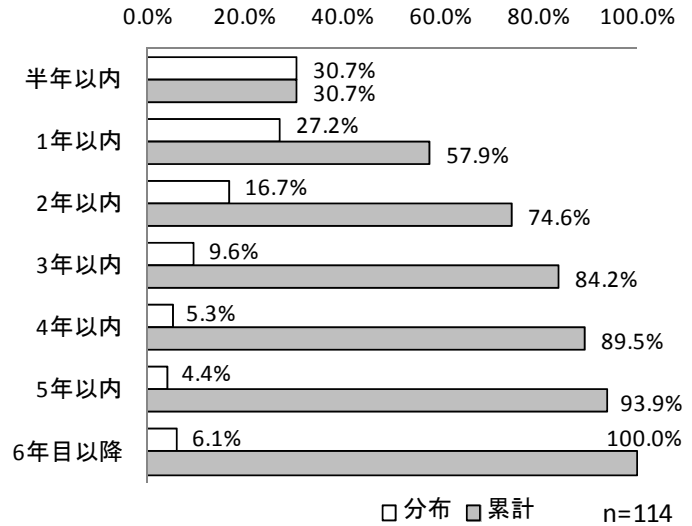
2.5 創業後の状況

現在の収益状況（図表 2-27）を見ると、約 6 割の事業所が黒字化している。また、黒字までの期間（図表 2-28）では、半年以内が 30.7%、一年以内が 27.2%、2 年以内が 16.7%、3 年以内が 9.6%となっている。累計では、1 年以内が 57.9%、2 年以内が 74.6%、3 年以内が 84.2%、4 年以内が 89.5%となっている。黒字化している企業は、創業後 3 年以内が多い事から、創業時の事業計画での黒字化の目安となるかもしれない。

図表 2-27 収益

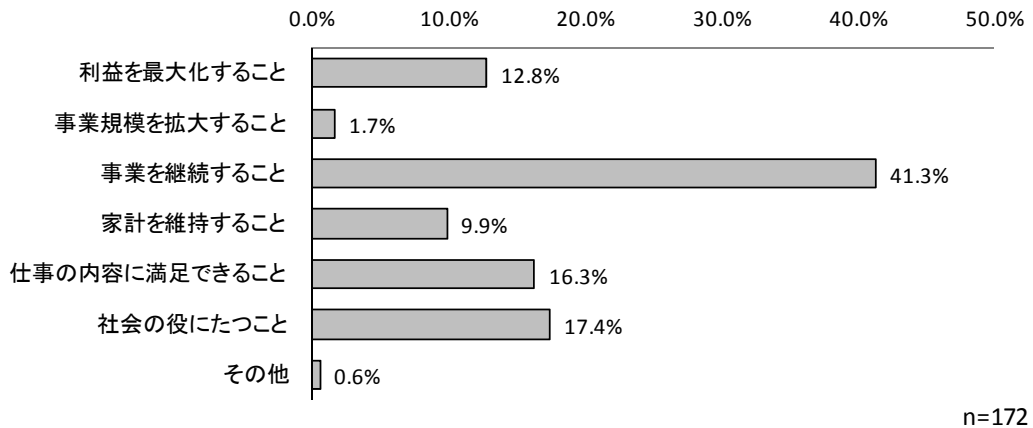


図表 2-28 黒字までの期間

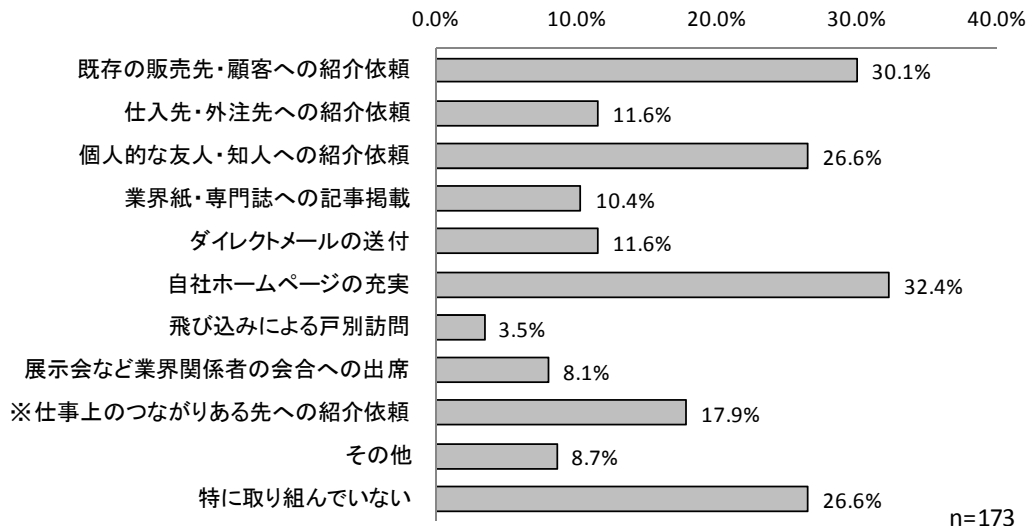


事業経営で重視すること（図表 2-29）を見ると、「事業を継続すること」や「利益を最大化すること」がそれぞれ 41.3%、12.8%であるが、一方で「仕事の内容に満足できること」や「社会に役に立つこと」が、16.3%、17.4%ある。このことから、3社に1社は利益や事業の拡大を重視しているわけではない。また、新規顧客に対する取組み（図表 2-30）を見ても、26.6%が「特に取り組んでいない」ことから、3割程度は利益よりも、社会貢献や自己実現を重視しているように思われる。

図表 2-29 事業を経営する上で重視すること (SA)



図表 2-30 新規顧客に対する取組み (MA)



※「既存の販売先・顧客への紹介依頼」「仕入れ先・外注先への紹介依頼」を除く。

3.他調査との比較

3.1 比較する調査対象

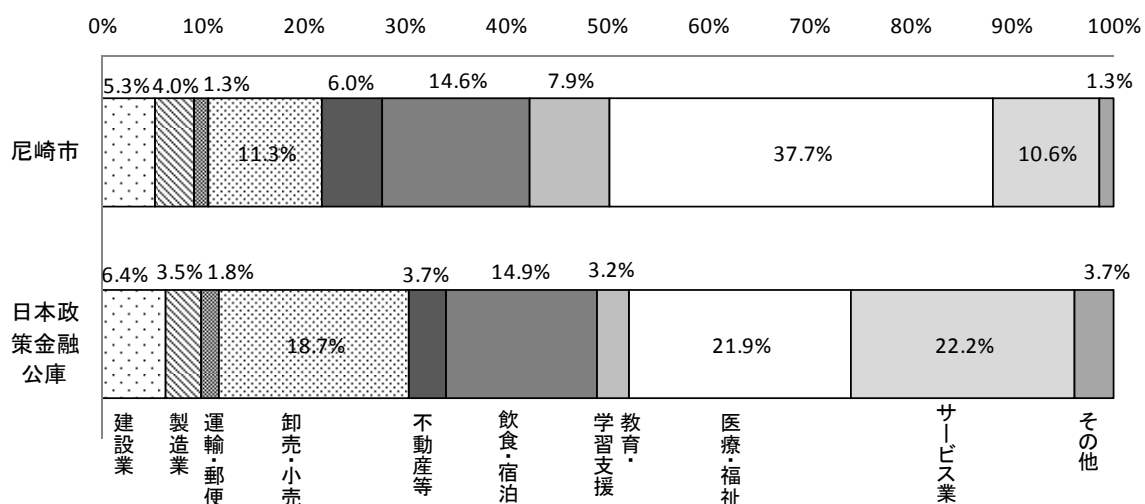
創業や起業に関する調査は、他の経済調査と比べるとそれほど多くはない。その中でも、日本政策金融公庫が『新規開業白書』を毎年出しており、創業に関する調査を行っている。また、『中小企業白書』でも、例年、起業について取り上げている。

そのため、次節では、日本政策金融公庫の『「2014年度新規開業実態調査」～アンケート結果の概要～』、および中小企業庁の『中小企業白書 2014年版』と本調査の結果と比較する。

3.2 他の調査との比較による尼崎市における創業の特徴

アンケートの回答事業所を産業分類別（図表 3-1）に見ると、尼崎市では「医療・福祉」が突出して多く、「教育・学習支援」、「不動産」がやや多い傾向がある。一方で、「卸売、小売業」や「サービス業」が少ない。

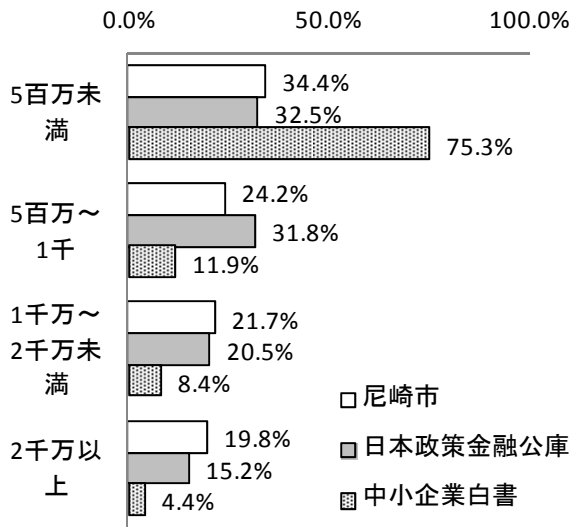
図表 3-1 創業事業所の産業分類



次に、創業事業所の特徴を比較してみると、創業資金（図表 3-2）は、中小企業白書の調査では 500 万円以下が 75.3%と最も多い。日本政策金融公庫の調査では、本調査と大きな違いは見られないが、2 千万円以上が 19.8%と、本調査の方が創業資金が高い傾向がある。

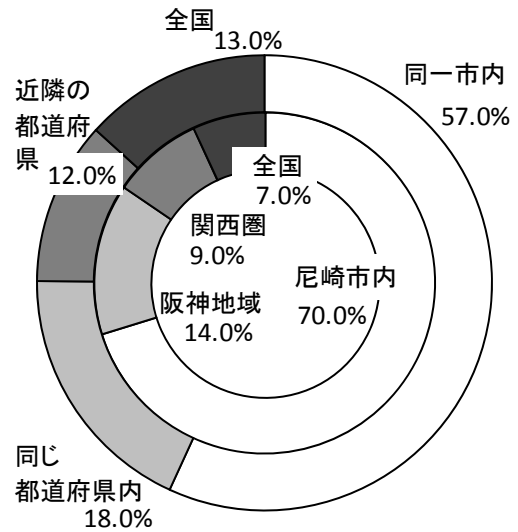
また、取引先の地域（図表 3-3）では、本調査では、「尼崎市内」が 70%を占めているが、日本政策金融公庫の調査では、「同一市内」が 57%である。その一方で、「近隣の都道府県」と「全国」を合わせると、25%が広域に事業を行っていることがうかがえる。しかし、月商の分布（図表 3-4）では、100 万円未満も 5000 万円以上も尼崎市の創業事業所の方が多く、二極化していることがうかがえる。

図表 3-2 創業資金分布の比較



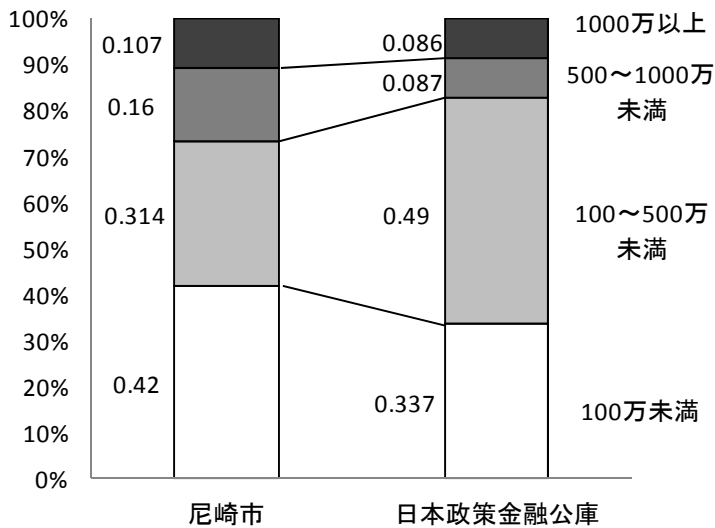
注：中小企業白書の分類では、「1千万～2千万」は「1千万～3千万」、「2千万以上」は「3千万以上」の比率。

図表 3-3 取引先地域の比較



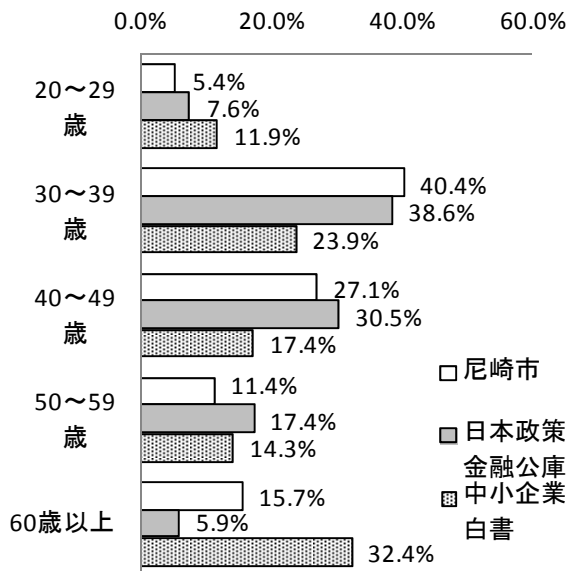
注：内円が本調査、外円が日本政策金融公庫の調査

図表 3-4 月商の比較

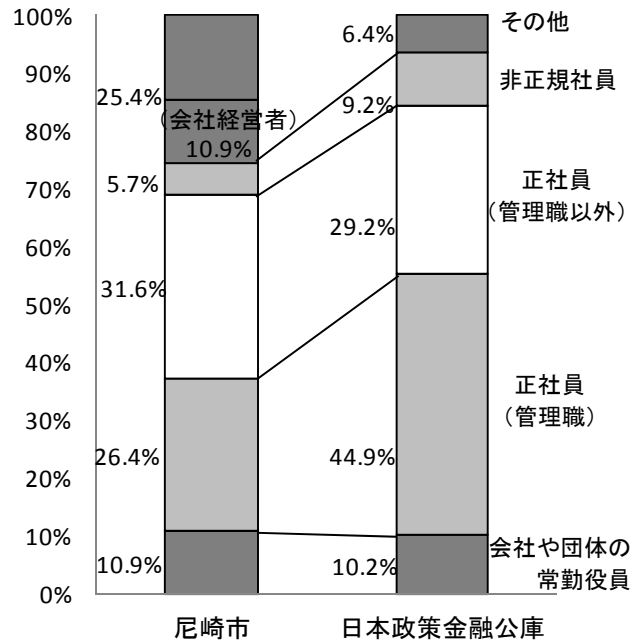


創業者の特徴を見ると、ニ崎市と比較して、日本政策金融公庫の調査は比較的若い人が多く、中小企業白書の調査は高齢者が多い（図表 3-5）。特に、60歳以上で見ると、中小企業白書の調査では、32.4%と最も多い階層になっている。ただし、日本政策金融公庫の調査は、融資対象者に対するものであるため、融資が難しい60歳以上の創業者が含まれていない可能性が高い。その点を考慮すれば、ニ崎市の創業者はかなり若い人達、特に30～49歳の働き盛りの年齢層に創業者が多い傾向がある。また、創業者の経歴（図表 3-6）では、ニ崎市は「正社員（管理職）」が少ない一方で、「その他」が多い。内訳を見ると、「会社経営者」が10.9%、「専業主婦・主夫・無職」が5.2%（図表 2-11）などが含まれる。

図表 3-5 創業時の年齢の比較

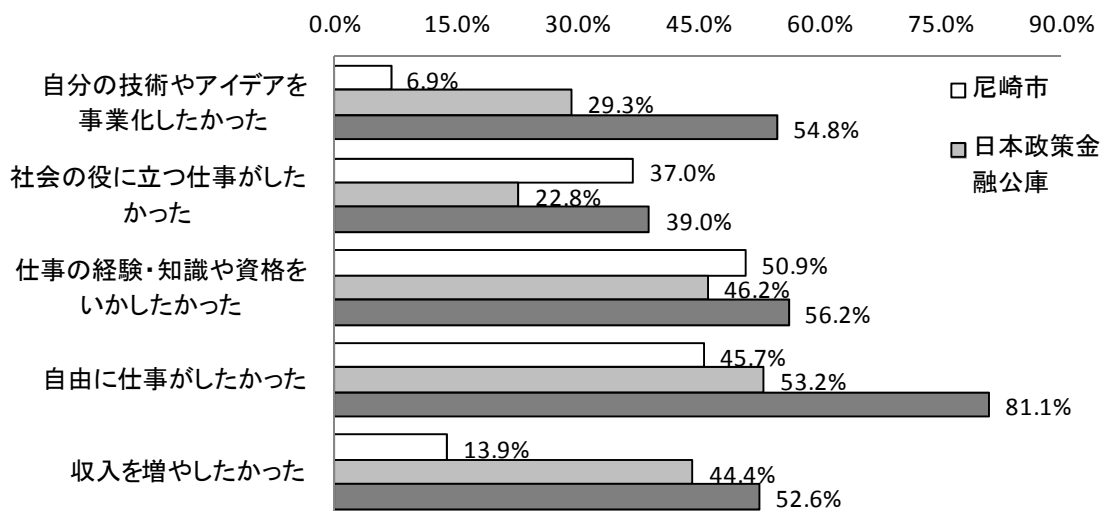


図表 3-6 創業者の経歴の比較



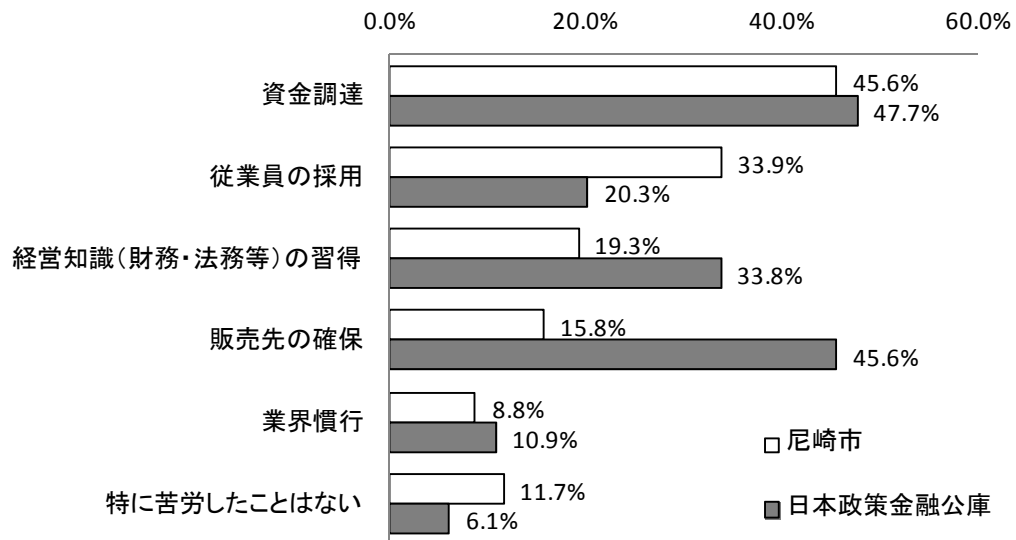
創業の目的のうち、比較ができる選択肢をグラフにしたものが図表 3-7 である。これを見ると、ニ崎市では、「アイデアの事業化」と「収入増加」という目的が少ない。一方で、「社会に貢献」や「仕事の経験・知識の活用」、「自由に仕事がしたい」という選択肢が比較的高いので、ニ崎市の場合は、事業よりも、生きがいや社会貢献などの創業者の価値観などを重視している傾向がある。

図表 3-7 創業の目的の比較

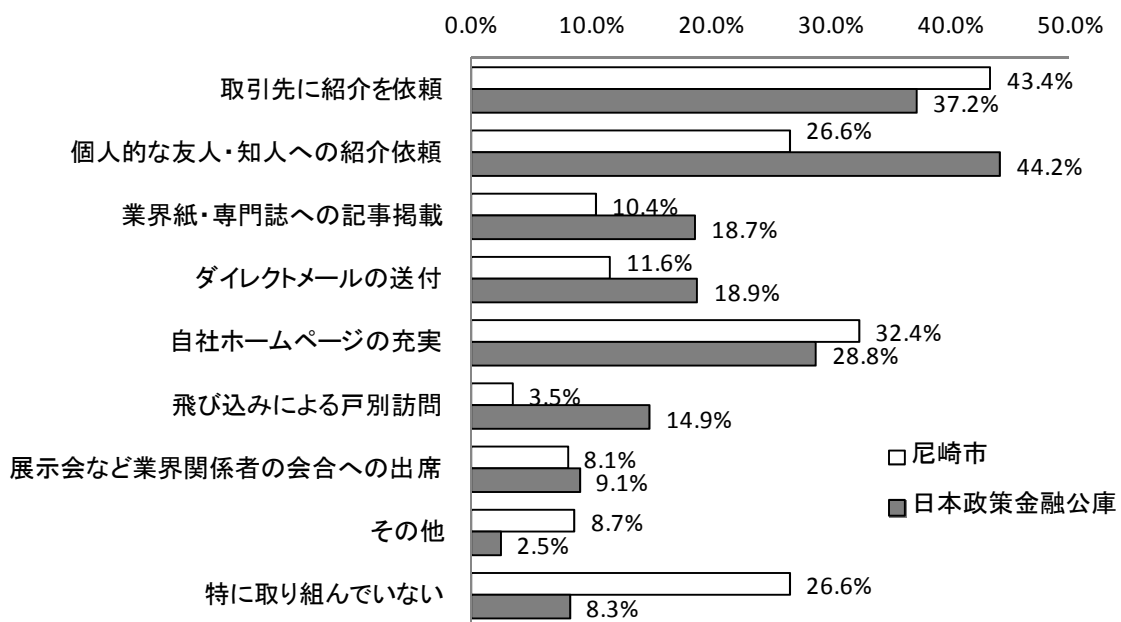


また、創業時の困ったこと（図表 3-8）を見ても、「販売先の確保」や「経営知識の習得」には比較的困っていない。一方で「従業員の採用（質・量）」については日本政策金融公庫よりも高い。また、「特に苦労したことはない」という意見も、ニ崎市の方が高い。新規顧客の開拓に対する取組み（図表 3-9）を見ても、「特に取り組んでいない」という意見が最も多く、あまり販路拡大に積極的ではない。

図表 3-8 創業時に困ったことの比較



図表 3-9 新規顧客の開拓に対する取組みにおける比較



4.創業事業所の類型化による特性分析

4.1 尼崎市における創業事業所の3つの類型

これまで見てきたように、尼崎市の創業は、事業に熱心でない事業所と熱心な事業所に分かれている。そのため、創業の目的と事業の目的の二つの項目から、これらの違いを明確にするために類型化する。

一つ目は、創業の目的である。図表 2-14 の選択肢をビジネス目的と社会的目的に分ける。選択肢のうち、「現業とは別の事業を行うため（第二創業）」、「アイデアを事業化したい」、「専門的な技術・知識を活かしたい」、「高い所得を得たい」、「以前の勤務先に対する不満や先行きの不安」を選んだ事業所をビジネス目的とする。また、「社会貢献」、「自己実現のため」、「自己の裁量で仕事がしたい」、「高い社会的評価を得たい」、「人生の目的（生きがい）のため」、「時間的余裕があるため」を選んだ事業所を社会的目的とする。マルチアンサーの設問なので、複数回答の事業所はそれぞれの選択肢で多い方に振り分ける。同数の場合は、「高い所得を得たい」がある場合はビジネス目的に、「社会貢献」がある場合は社会的目的に振り分け、どちらも無い場合は無効とした。また、「その他」も理由によって、ビジネス目的と社会的目的に分けた⁹。

二つ目に、事業経営で重視することによってビジネス志向と社会的志向に分けた。図表 2-29 の選択肢のうち、「利益を最大化すること」、「事業規模を拡大すること」、「事業を継続すること」、「家計を維持すること」、をビジネス志向とし、「仕事の内容に満足できること」、「社会の役にたつこと」を社会的志向と分類した。

以上の結果、以下の通りに類型化した。

図表 4-1 創業事業所の類型化

や創 き業 つの か思 けい	事業で重視すること			
		ビジネス志向		社会的志向
ビジネス目的	I 型	24.5%	4.6%	
社会的目的	II 型	43.0%	III 型	27.8%

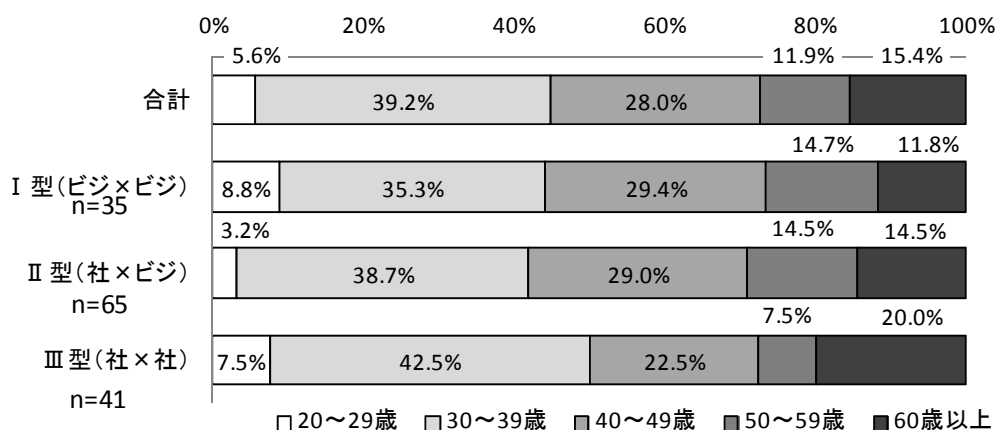
ただし、上記のようにビジネス目的で社会的志向をもつ創業は 4.6%と少ないため、【ビジネス目的×ビジネス志向】（以下 I 型）、【社会的目的×ビジネス志向】（以下 II 型）、【社会的目的×社会的志向】（以下 III 型）の三つの類型について、次節以降言及する。

4.2 類型別にみた創業者の特徴

創業者の特徴を類型別に見ると、創業年齢（図表 4-2）に大きな差は見られない。III 型で 60 歳以上がやや割合が多い程度である。また、20 歳代と 30 歳代でもやや多いので、若い人と高齢者に偏りが大きいと言える。

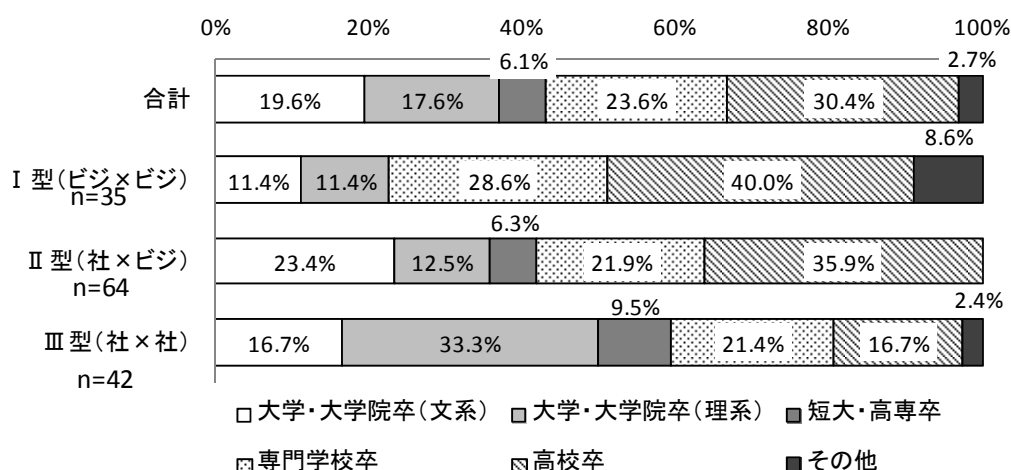
⁹ 倒産（3 件）、株式会社化（2 件）、節税（1 件）、土地の有効利用（1 件）をビジネス目的に、事業承継（1 件）、子育てのストレス発散（1 件）、独立（1 件）、子育てにつなげる（1 件）は社会的目的に振り分けた。

図表 4-2 創業者の年齢構成（類型別）

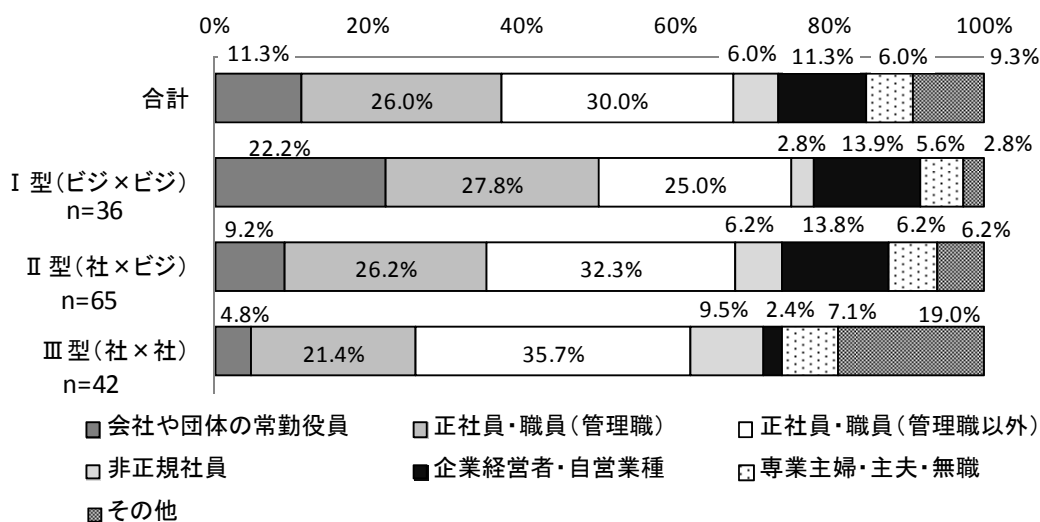


一方で、創業者の学歴（図表 4-3）や経歴（図表 4-4）には大きな差が出ている。学歴では、I型は、「専門学校」と「高校卒業」が多い。また、経歴では、「会社や団体の常勤役員」、「企業経営者・自営業種」、「正社員・職員（管理職）」が多い。一方で、III型では、「大学卒」や「短大・高専卒」が最も多い。特に「大学卒（理系）」が合計平均の2倍にも上っている。また、経歴を見ても「会社や団体の常勤役員」や「正社員・職員（管理職）」、「企業経営者・自営業種」が少ないので、経営やマネジメント経験のない人が多い事がわかる。III型に多い「その他」では、「勤務医」、「大学教授」、「公務員」などの意見が多かった。

図表 4-3 創業者の学歴（類型別）



図表 4-4 創業者の経歴（類型別）



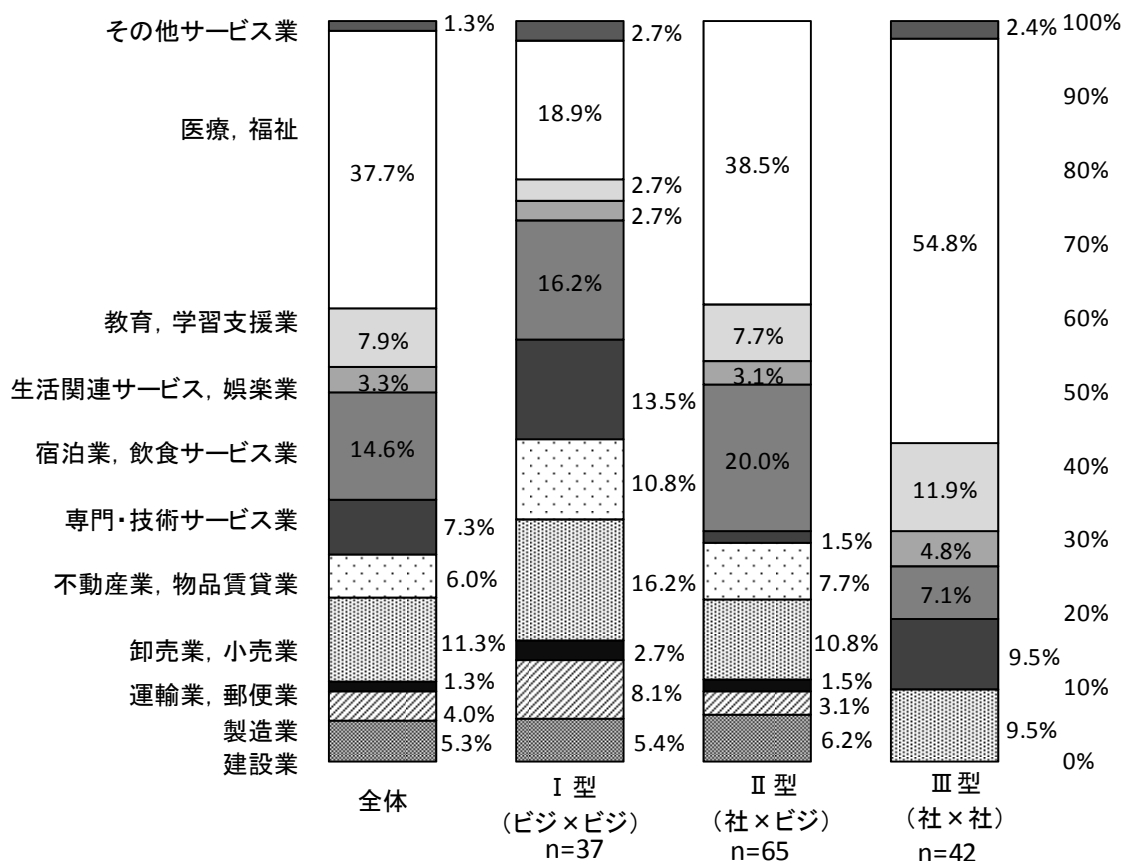
以上のように、Ⅰ型は経営者や管理職などの事業経験を経て、創業している一方で、Ⅲ型は大学などで専門知識や技術を持った人が創業している傾向がある。Ⅱ型は、年齢他の類型とおおむね同じであり、学歴や経歴の項目別構成はⅠ型とⅢ型の中間的分布となっている。

4.3 類型別にみた創業事業所の特徴

産業分類の比率を類型別（図表 4-5）にみると、すべての類型で「医療、福祉」が最も多く、Ⅰ型で 18.9%、Ⅱ型で 38.5%、Ⅲ型で 54.8%である。しかし、二番目に多い産業分類は、Ⅰ型で「宿泊業、飲食サービス業」「卸売業、小売業」がそれぞれ 16.2%、Ⅱ型で「宿泊業、飲食サービス業」で 20.0%、Ⅲ型で「教育、学習支援業」で 11.9%となっている。

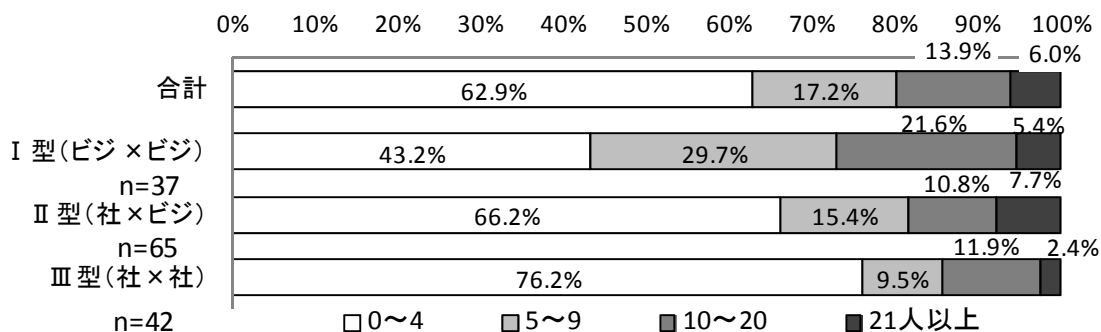
一方で、全体の平均と比較して、Ⅰ型では、「製造業」、「専門・技術サービス」、「卸売、小売業」が多く、「医療、福祉」が少ない。Ⅱ型では、「宿泊、飲食サービス業」がやや多く、その他は平均である。Ⅲ型では、「医療、福祉」が突出して多く、「宿泊、飲食サービス業」が少ない。

図表 4-5 創業事業所の産業分類（類型別）

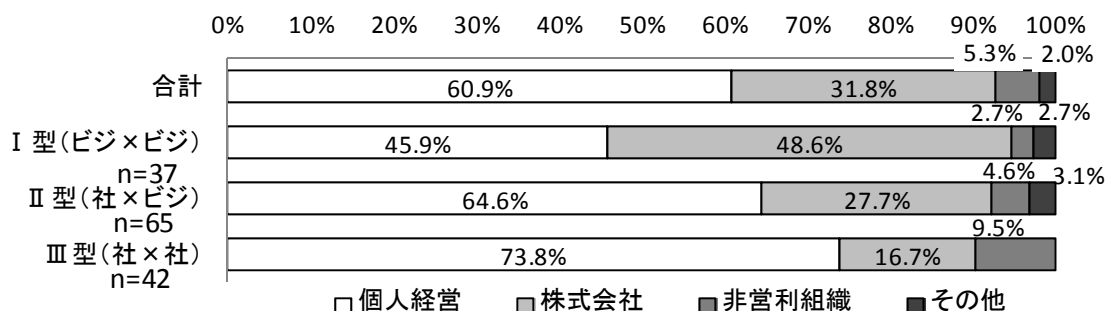


個別の事業所の特徴では、Ⅰ型、Ⅱ型、Ⅲ型となるに従って、従業員数（図表 4-6）が少なくなり、個人経営が多く、一般消費者向けの取引が多くなっている（図表 4-7、8）。また、年商をみると、Ⅰ型は年商が少ない事業所比率が小さいので、比較的規模が大きいといえる。Ⅲ型は年商が大きい事業所と小さい事業所の二極化している傾向がある（図表 4-9）。

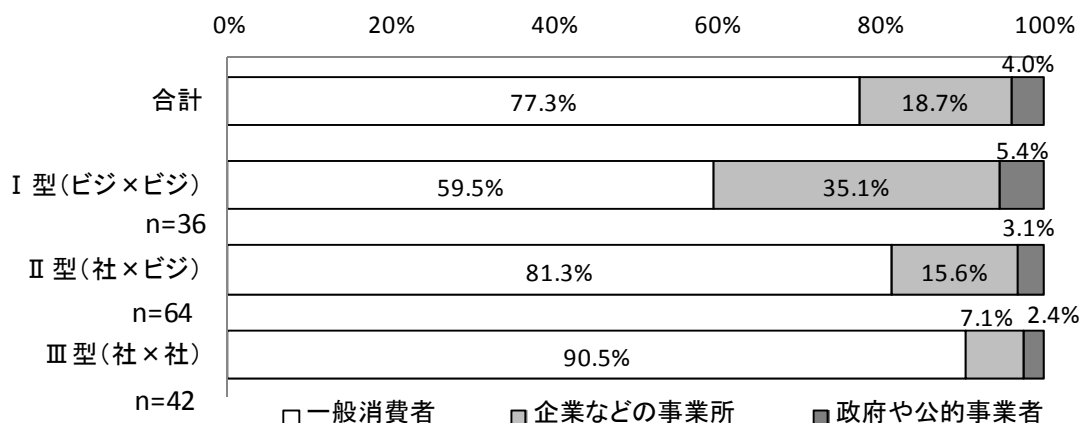
図表 4-6 創業事業所の従業員数（類型別）



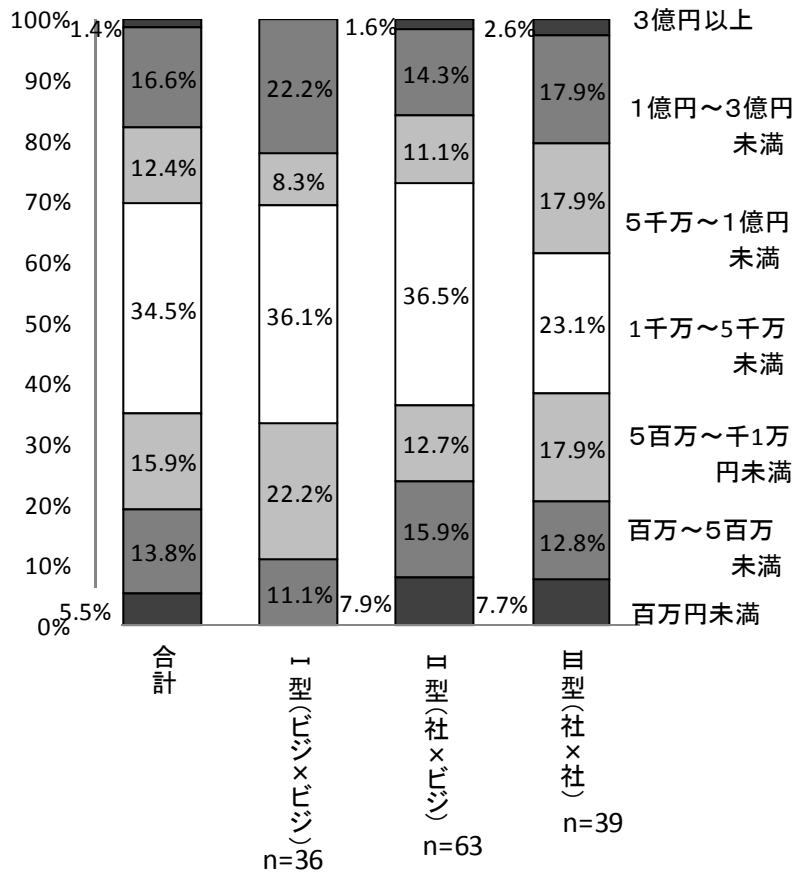
図表 4-7 創業事業所の組織形態（類型別）



図表 4-8 創業事業所の取引相手（類型別）

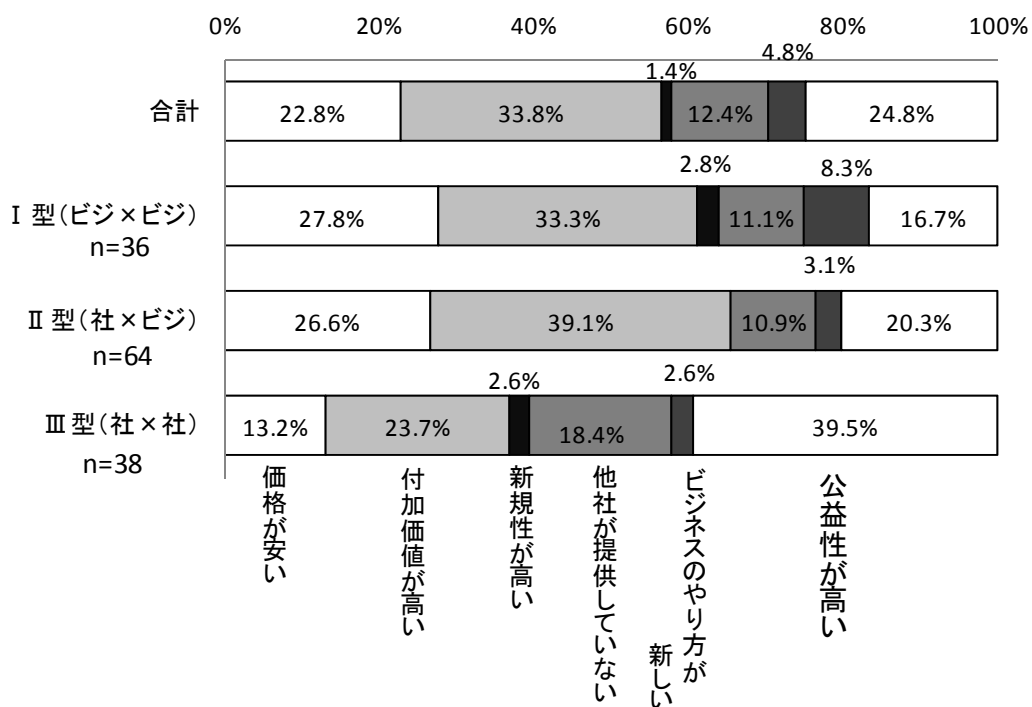


図表 4-7 創業事業所の年商（類型別）



次に、それぞれの競争優位（図表 4-10）をみると、III型は「他社が提供していない」と「公益性が高い」の割合が大きい傾向がある。一方で、I型は「新規性が高い」と「ビジネスのやり方が新しい」が合計で 11.1%もあり、イノベーションの傾向が他の類型よりもやや高い。II型の構成比率は、I型に近く、III型の構成が大きく異なる。

図表 4-10 創業事業所の競争優位（類型別）

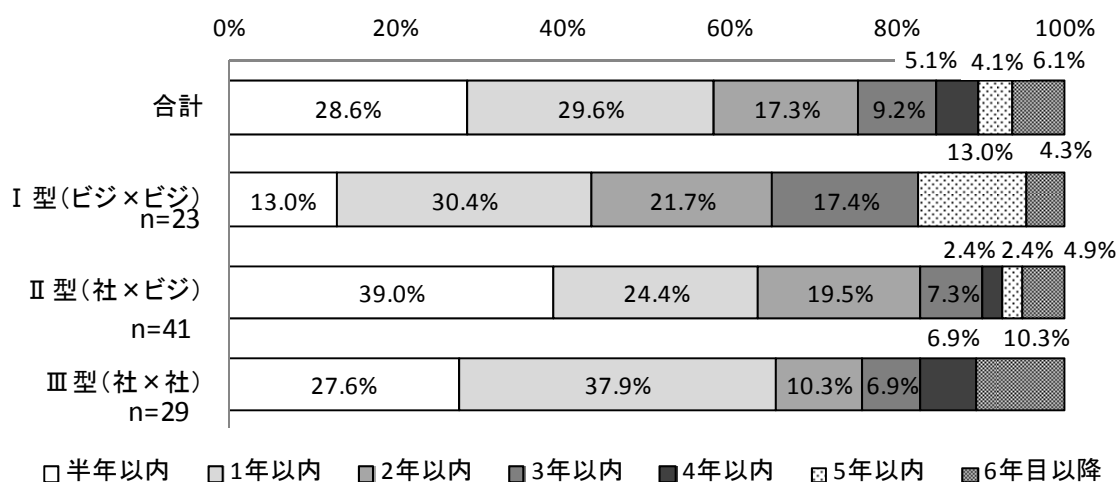


しかし、収益（図表 4-11）をみると、黒字事業所と赤字事業所の割合に差はほとんどない。また、I型はやや他の類型に比べて黒字化までの時期（図表 4-12）が遅い。

図表 4-11 創業事業所の収益（類型別）

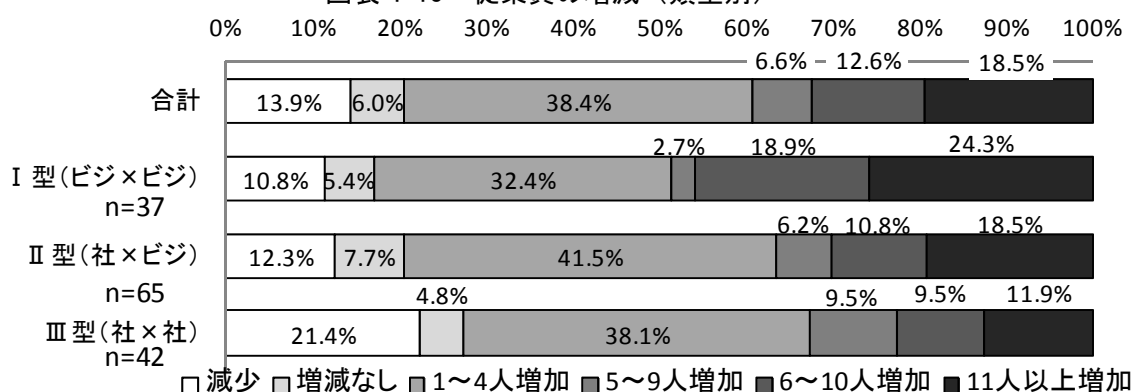
	合計	I 型 (Biz × Biz)	II 型 (社 × Biz)	III 型 (社 × 社)
黒字基調	63.4%	62.2%	61.3%	66.7%
赤字基調	36.6%	37.8%	38.7%	33.3%

図表 4-12 創業事業所の黒字化の時期（類型別）



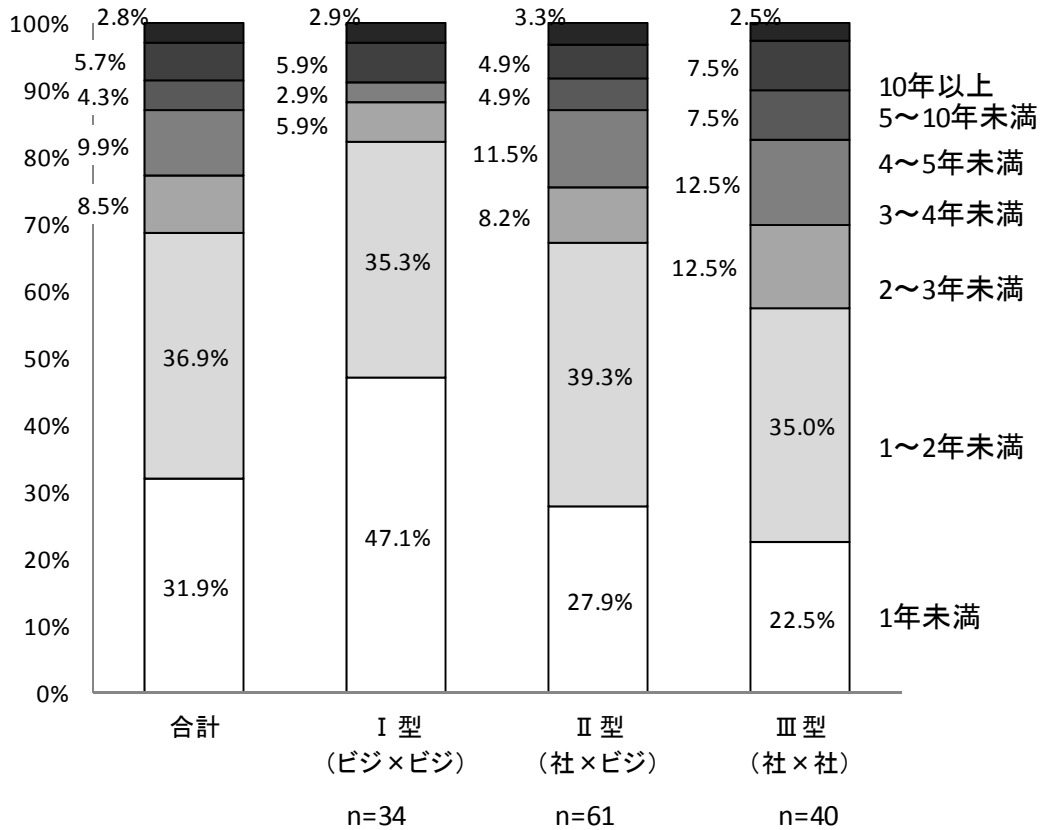
創業時と H24 年 2 月時点の従業員数（採用人数）との差（図表 4-13）を見ると、I 型が、増加傾向、増加数ともに他の類型よりも大きい。II 型、III 型になるにつれて、その傾向は小さくなっている。また、III 型では、21.4%が減少している。

図表 4-13 従業員の増減（類型別）



準備期間¹⁰の違い（図表 4-14）を見ると、Ⅰ型は8割が2年未満である一方で、Ⅱ型、Ⅲ型になるにつれて、準備期間は長くなる傾向にあるが、9割は5年未満の準備期間で創業している。

図表 4-14 創業までの準備期間（類型別）



4.4 類型別にみた創業の特徴

4.4.1 【ビジネス目的×ビジネス志向】（Ⅰ型）による創業

この類型では、創業者の学歴が高卒や専門学校卒など高くない。しかし、会社経営・自営業者や正社員比率が高いことから社会経験が豊富な人が多い。そのため、専門的な知識や技術は、経験的に得たことに加えて、事業経営やマネジメント経験も有していることが多いと考えられる。このことから、創業するにあたっての制約は他よりも少ないと考えられる。その証拠に、創業時における困ったこと（図表 4-15）を見ると、「特にない」が 18.9%と他の類型と比較して最も高い。また、「事業に必要な専門知識・技能の習得」「経営知識の習得」といった技術面や経営面の比率が低いので、創業後の事業継続可能性は高いと考えられる。

また、創業時において役に立ったこと（図表 4-16）では、「事業分野における専門的な知識・ノウハウ」が最も高い一方で、「事業分野における高い技術力」は 2.7%と少ない。また、「営業力・交渉力やマーケティングの知識」が二番目に高いので、創業後の事業経営に貢献するような選択肢に集中している傾向がある。

こうした創業は、年商や従業員規模、従業員の増加数など、創業後の成長にもかかわる項目で、高い傾向があるので、こうした事業所による創業が増えると尼崎市の地域経済への影響も大きくなる可能性が高い。

¹⁰ 準備を始めた年齢と創業した年齢の差。

4.4.2【社会的目的×社会的志向】(Ⅲ型)による創業

この類型では、創業者の学歴が高く、「大卒」、特に「大卒(理系)」の割合が高い。また、経歴では、「正社員(管理職以外)」や「その他」が多い。「その他」の内訳を見ると、勤務医や大学教授、公務員という専門的な知識や技術を持った人が多いことが分かる。図表 4-16 の「事業分野における高い技術力」が、他の類型よりも突出して高い傾向があることからわかる。

そのため、創業分野における技術や知識は持ち合わせていても、事業運営にかかわる知識が不足していることが多い。たとえば図表 4-15 では、「経営知識の習得」「販売先の確保」などで高い比率を示している。

また、創業資金(図表 4-17)が高い傾向があるが、医療・福祉など、初期の設備投資が高い分野が多いためと考えられる。また、こうした分野は売上が高い一方で、従業員数は少ないことが多い。医療・福祉以外の分野でも、コンサルタントや士業などの他の事業所を支援するような事業が多いため、この傾向は非常に特徴的である。

こうした創業は、高い労働生産性を持っているので、付加価値の高い事業となりえるが、事業の拡大や利益追求には消極的である。しかし、こうした創業が増えることは、尼崎市の他の事業所にとっては事業環境の改善につながる可能性が高い。また、医療・福祉の充実、尼崎市の安心・安全の充実に繋がる可能性がある。

4.4.3【社会的目的×ビジネス志向】(Ⅱ型)による創業

この類型は、4つの中で最も多く、全体の43%を占めている(図表 4-1)。しかし、他の類型と異なって、特徴が少なく、Ⅰ型とⅢ型の中間的な傾向がある。

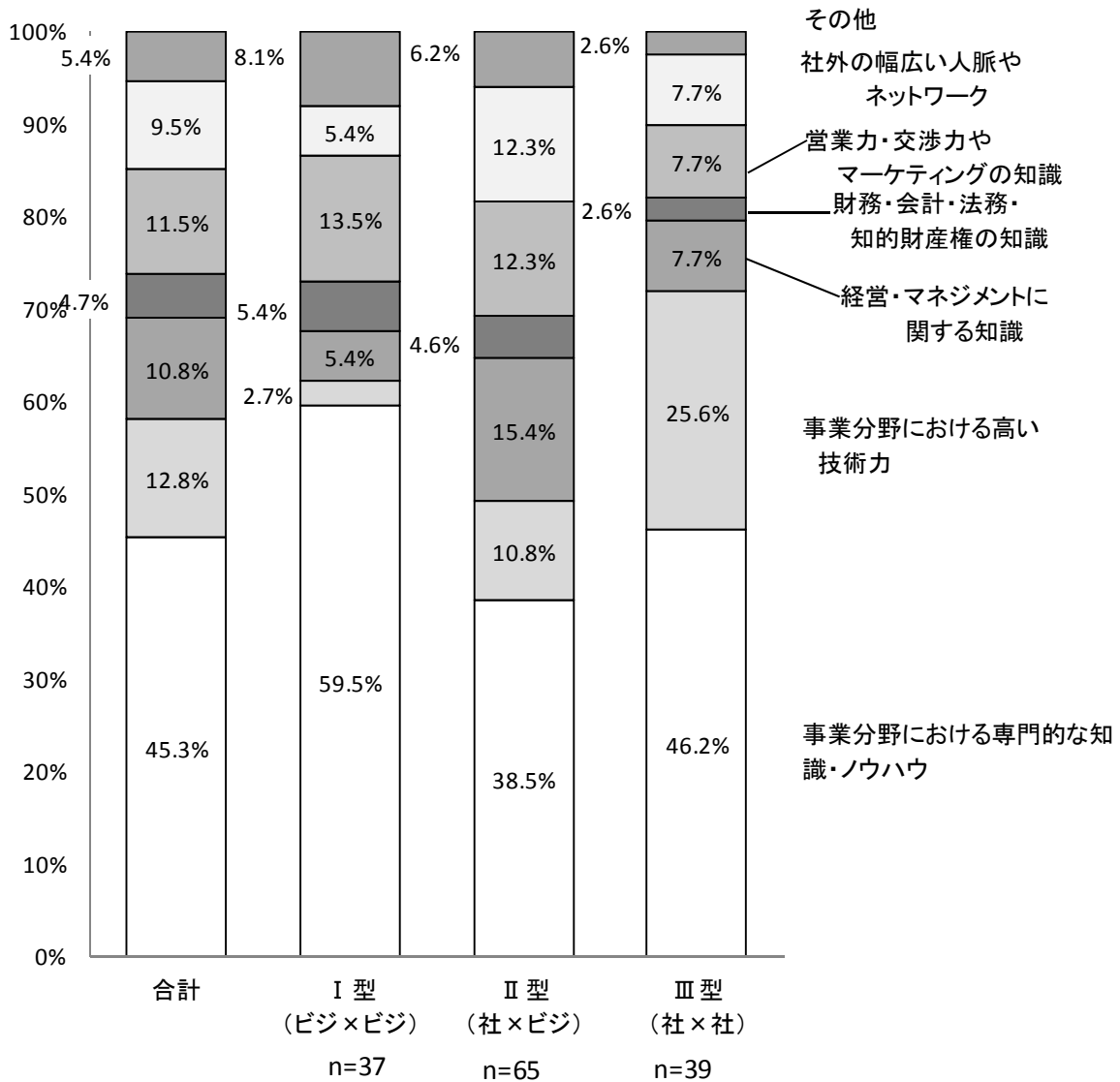
ただし、Ⅰ型のように、その分野のノウハウや経験的知識がなく、Ⅲ型のように高度な専門的技術や知識を持たない人が多いので、創業のハードルとしては最も低いと考えられる。

こうした創業は、創業時のサポートがもっとも必要である。図表 4-15 でも合計値が最も大きく、選択肢にあまり偏りが無い。図表 4-16 でも、マネジメントやマーケティング関連の知識が求められている。

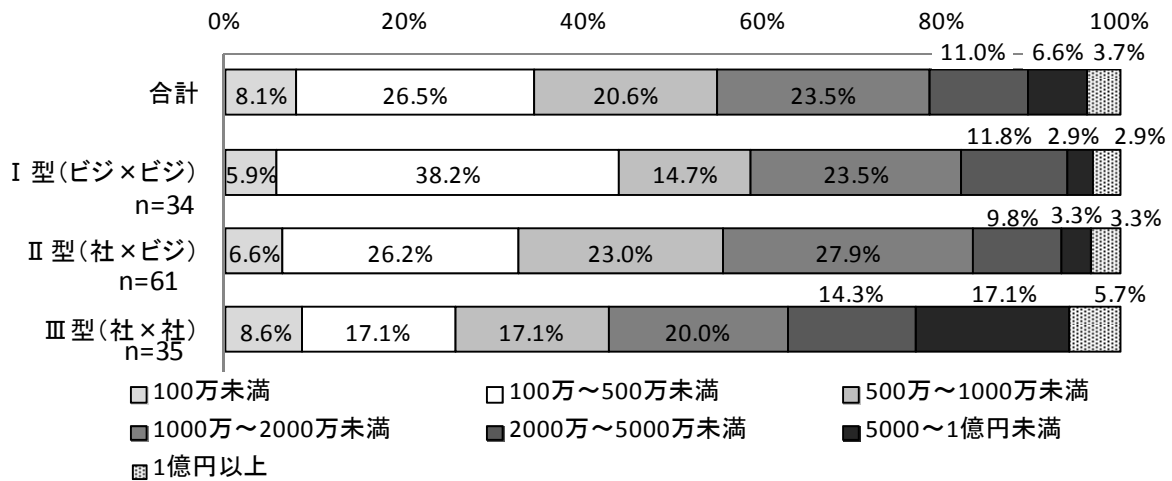
図表 4-15 創業時において役に立ったこと(類型別)

	合計	ビジネス目的× ビジネス志向 n=37	社会的目的× ビジネス志向 n=64	社会的目的× 社会的志向 n=40
資金調達	44.6%	43.2%	50.0%	42.5%
従業員の採用(数)	13.5%	10.8%	15.6%	12.5%
従業員の採用(質)	35.1%	37.8%	32.8%	35.0%
会社設立の手続き	14.9%	2.7%	20.3%	15.0%
事業に必要な専門知識・技能の習得	14.9%	5.4%	20.3%	15.0%
経営知識(財務・法務等)の習得	20.3%	10.8%	23.4%	22.5%
仕入れ先の確保	10.1%	10.8%	17.2%	0.0%
販売先の確保	14.2%	18.9%	9.4%	17.5%
規制(許認可の取得など)	10.1%	2.7%	15.6%	7.5%
事業内容の選定	0.7%	0.0%	0.0%	2.5%
業界慣行	9.5%	8.1%	12.5%	7.5%
マーケットの選定	4.1%	0.0%	6.3%	5.0%
その他	7.4%	5.4%	7.8%	10.0%
特に苦労したことはない	10.8%	18.9%	6.3%	10.0%
合計	199.3%	156.8%	231.3%	192.5%

図表 4-16 創業までの準備期間（類型別）



図表 4-17 創業資金の分布（類型別）



5. 尼崎市における創業促進にむけた提言

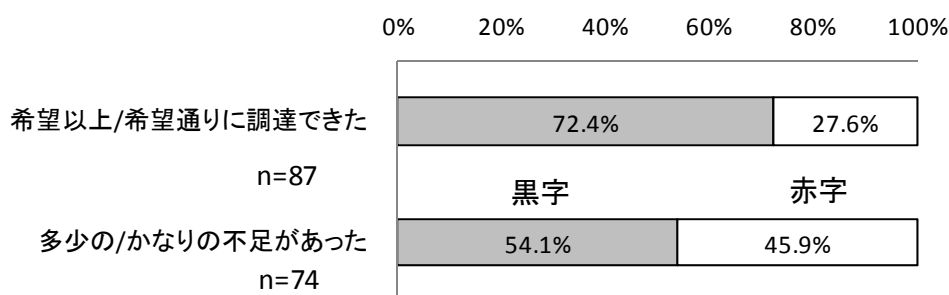
5.1 資金調達における制約

尼崎市において創業を増加させるためには、創業意識の向上と創業環境の改善という二つのアプローチが考えられる。本報告書におけるアンケート調査では、創業環境について明らかにしてきたため、後者の創業環境の改善についての提言を考えたい。

まず、創業時における制約条件は、類型にかかわらず資金調達と人材採用であった。アンケートでは、資金調達についてのみ調査したため、これについて考察する。

結果から見ると、資金調達がうまくいくかどうかで、収益に差がでている（図表 5-1）。資金調達が「希望以上/希望通りに調達できた」場合は、7割以上の事業所が黒字化している一方で、「不足がある」と5割まで減少している。そのため、創業時の資金調達によって創業後の事業運営に影響があると言える。

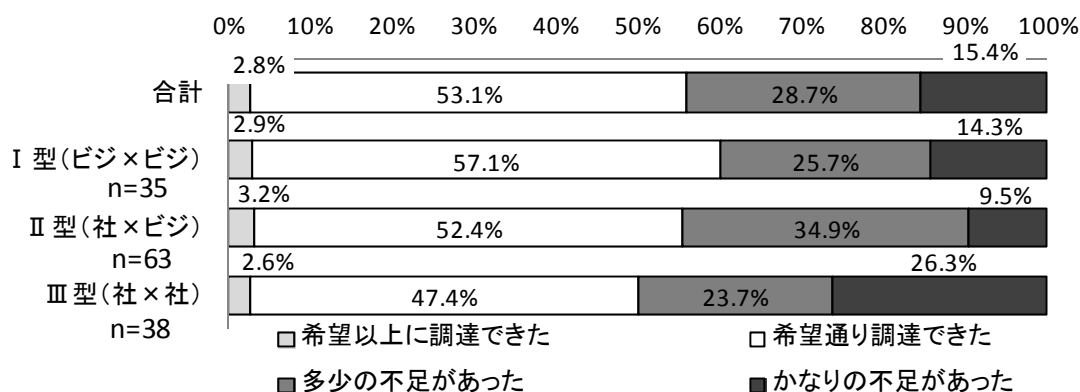
図表 5-1 創業資金の分布（類型別）



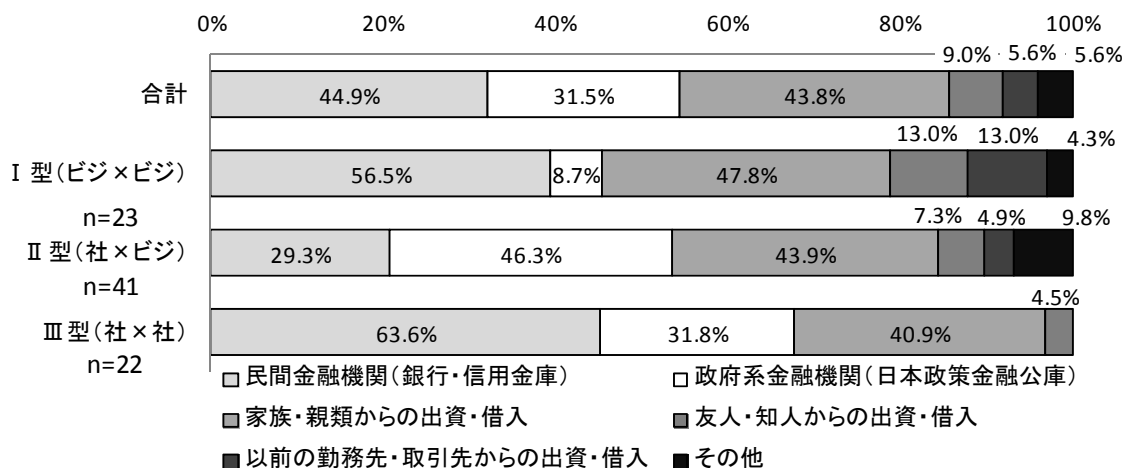
資金の調達状況（図表 5-2）を類型別にみると、Ⅲ型事業所が、創業資金が不足している傾向があり、「かなりの不足があった」という回答が比較的多く 26.3%あった。

足りない資金の調達先（図表 5-3）では、Ⅰ型とⅢ型は、民間金融機関からの借入が多く、Ⅱ型は政府系金融機関からの借入が多い。また、Ⅰ型は、「友人・知人からの出資・借入」や「以前の勤務先・取引先からの出資・借入」の割合が相対的に大きい。

図表 5-2 資金調達の状況（類型別）



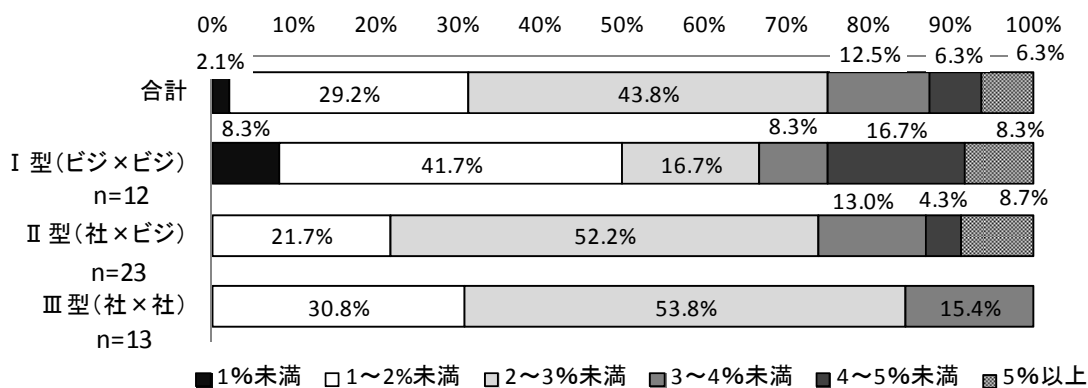
図表 5-3 資金調達先（類型別）



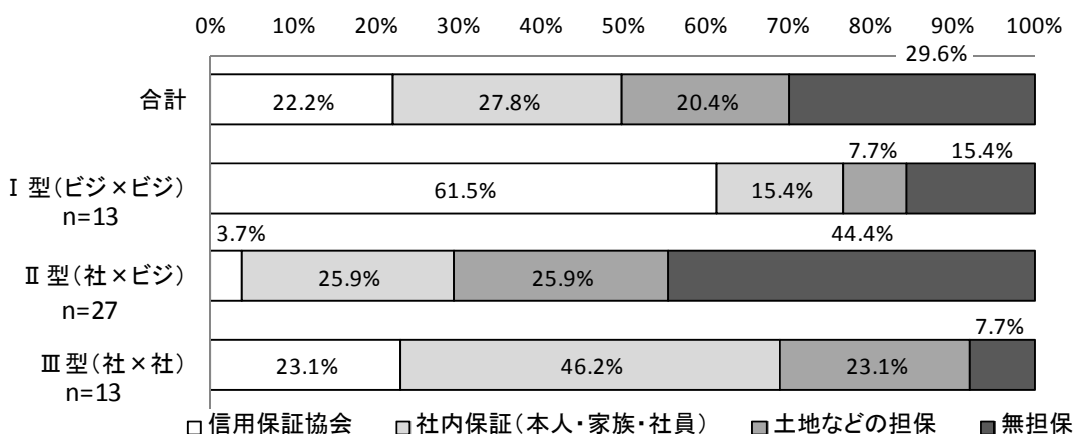
次に、借り入れ時の利息（図表 5-4）を見ると、どの類型でもおおむね 3%未満まで大成を占めている。その中で、I型は 2%未満と 4%以上の割合が、他の類型と比較して高い状況がみられ、二極化している。一方で、III型は比較的低い金利で借入できている。II型もおおむねIII型に近い構成比率をしている。

借入時の担保では、I型は信用保証協会が最も高く、II型は無担保、III型は社内保証が最も高い結果になっている。

図表 5-4 借入にともなう金利（類型別）



図表 5-5 借入にともなう担保（類型別）



このように、Ⅰ型のような事業経験に基づくため、多様な資金調達先を持っていると考えられる。そのため、多少、金利が高くとも資金調達の手段は確保しやすいと言える。また、Ⅲ型のような高度な専門的知識や技術に基づいたりする場合は、事業継続について比較的信用度も高いので、金融機関からの借入が容易であり、金利も低いと考えられるので、こちらも資金調達は比較的容易であると言える。一方で、Ⅱ型は、政府系金融機関への依存度が高く、金利も高い傾向がある。無担保も多い事から、審査が厳しいと考えられるので、資金調達は最も困難であると言える。

以上のように、十分な資金調達は創業後の事業経営を安定化させるため、創業支援として市の融資や税制優遇などが考えられる。また、現在の調達先は民間の金融機関もしくは政府系金融機関に限られるため、クラウドファンディングなど調達先の多様化を促進することも必要である。

5.2 類型別の創業における特徴と創業促進

これまで見てきたように、尼崎市の創業には、【ビジネス目的×ビジネス志向】、【社会的目的×ビジネス志向】、【ビジネス目的×社会的志向】、【社会的目的×社会的志向】の四つに分けられるので、それぞれの類型によって創業環境は異なる。ただし、【ビジネス目的×社会的志向】は非常に少ないので除外した。このため、以下ではそれぞれの特徴に従った支援策について提言を行う。

5.2.1 ビジネス目的×ビジネス志向型創業（Ⅰ型）

この類型は、創業者の事業経験に基づいて、独立やのれん分けの形で創業しているパターンが多いと考えられる。そのため、創業者がこれまで携ってきた事業と同じか関連する事業を行うことが多い。製造業や建設業、不動産業、飲食サービス業など取引先などのネットワークや、ある程度の経験が必要な業種では有効な創業タイプと言える。

こうした創業は、これまでの経験が活かされるため、創業直後の事業経営が比較的容易である。そのため、創業支援よりもむしろ、創業後の継続的な支援が重要と考えられる。創業時の困ったことでは「販売先の確保」が高く、創業時に役に立った知識では「営業力・交渉力やマーケティングの知識」の回答が多いので、通常の中企業支援が有効と考えられる。

また、創業者の属性は、既存事業の従事者であることが多い。そのため、創業希望者だけでなく、転職希望者にも転職先の一つとして創業という選択肢を認知してもらい、ハローワークなどで創業支援策の周知を行うことが考えられる。

5.2.2 社会的目的×社会的志向型創業（Ⅲ型）

この類型では、高度な専門知識が必要とされる事業が多い。「医療、福祉」や「専門・技術サービス」などである。具体的には、開業医や介護施設、弁護士や税理士事務所などが含まれる。そのため、開業医の医療機器や介護施設の施設建設などは、創業資金が高額になる場合がある。そのため、公的な融資や補助金、ファンドなどは適さない。しかし、創業後は安定して高い売上が見込めるため、民間金融機関からの融資は容易である。

一方で、こうした類型の創業者は、事業経験やマネジメント経験がない場合があるので、事業経営に関する知識やスキルなどの獲得が重要となる。アンケートでは、「経営知識の習得」や「販売先の確保」「会社設立の手続き」などで困っているという結果がでた。そのため、創業に関する教育や創業後の事業経営に関する知識の習得などを支援することが考えられる。こうした知識習得のための訓練の場を提供するために、商工会議所の様々な取組み（創業支援・経営支援）を紹介することは、有効な支援となり得ると考えられる。

5.2.3 社会的目的×ビジネス志向型創業（Ⅱ型）

この類型は最も多いタイプで、経験や高度な知識が比較的なくても創業している特徴がある。そのため、創業事業所の産業分類も多様な分野に及んでいる。ただし、高度な専門知識が必要な「専門・技術サービス」が少ない。また、「医療、福祉」では、創業資金があまり高くない訪問看護や、比較的参入しやすいマッサージや鍼灸が多くなる傾向がある。

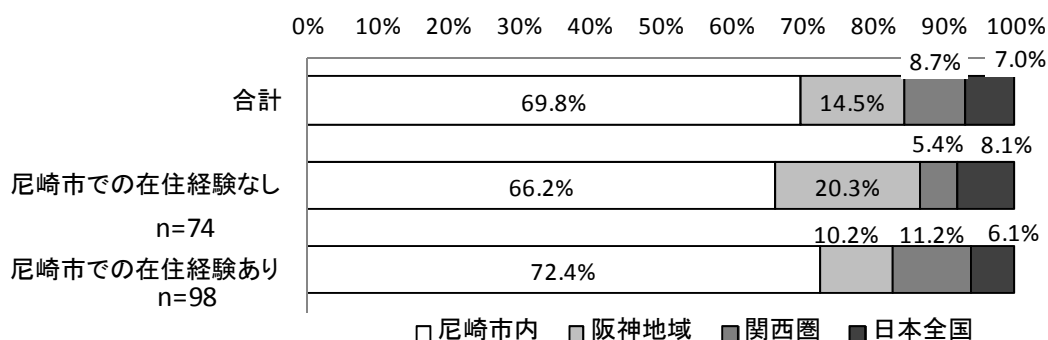
しかし、創業を促進するためには、この類型を増やす必要がある。その理由は、経験や高度な知識・技術が不要な業種が多いため創業のハードルが低いことと、アイデアによるものや、ビジネスのやり方を工夫した事業が生まれる可能性があることである。Ⅰ型やⅢ型では、経験や知識・技術が活かされるので、創業する業種はそうしたものと関連した事業に限定される。しかし、この類型では自由な発想や、これまでまったく経験したことがなかったり、まったく知識がない人が新たに参入したりするので、そうした参入によるイノベーションが期待できる。ただし、こうしたイノベーティブな事業所が出てくるかどうかは、今回のアンケートの結果からは統計的には明らかになっていない。しかし、こうした事業所は1件でも出現すれば地域に好影響を与えるので、創業を促進するためには個別のケースを詳しく調べる必要があるだろう。

5.3 創業の場所としての尼崎市の立地環境

最後に、尼崎市の立地環境が創業の場所としてどのような意味があるかを考察する。尼崎市を創業場所として選択した理由で突出して多い意見が「生れ育った場所や住んでいたことがあるため」である。これが意味するところは2つ考えられる。以下では、「生れ育った場所や住んでいたことがあるため」を選択した事業所を「尼崎市での在住経験あり」とし、選択しなかった事業所を「尼崎市での在住経験なし」とする。

一つは、よく知っている場所であるため、すでに既知の取引先や顧客が存在することで、取引コストを節約できるメリットがあることである。しかしアンケート結果を見ると、取引地域（図表 5-6）に関してはやや尼崎市内が多いが、阪神地域は少なく、関西圏は多い結果となっており、大きな違いが見られない。取引コストを節約するために尼崎市で創業するのであれば、近隣との取引が高くなるはずである。また、役に立った知識（図表 5-7）でも、取引コストの低下に関係する「社外の幅広い人脈やネットワーク」は、「尼崎市での在住経験あり」の方が低い結果となっている。さらに、創業時に困ったこと（図表 5-8）では、「仕入れ先の確保」や「販売先の確保」は「尼崎市での在住経験なし」よりも「尼崎市での在住経験あり」の方が2倍程度高くなっているため、取引コストの低減には役に立っていないことがわかる。ただし、人材採用の面では有利に働いているようである。

図表 5-6 尼崎市の在住経験別にみた取引地域



図表 5-7 尼崎市の在住経験別にみた創業に役に立った知識

	合計	尼崎市での在住経験	
		なし(n=72)	あり(n=97)
事業分野における専門的な知識・ノウハウ	43.8%	41.7%	45.4%
事業分野における高い技術力	14.2%	13.9%	14.4%
経営・マネジメントに関する知識	9.5%	9.7%	9.3%
財務・会計・法務・知的財産権の知識	5.9%	5.6%	6.2%
営業力・交渉力やマーケティングの知識	10.7%	15.3%	7.2%
社外の幅広い人脈やネットワーク	11.2%	12.5%	10.3%
その他	4.7%	1.4%	7.2%

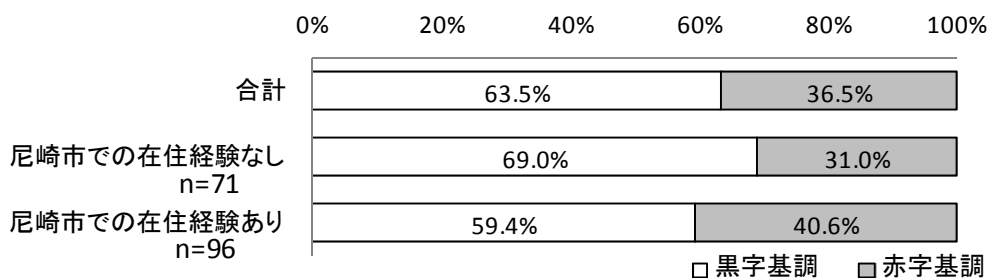
図表 5-8 尼崎市の在住経験別にみた創業時に困ったこと

	合計	尼崎市での在住経験	
		なし(n=72)	あり(n=97)
資金調達	46.2%	40.3%	50.5%
従業員の採用(数)	11.8%	19.4%	6.2%
従業員の採用(質)	32.5%	44.4%	23.7%
会社設立の手続き	16.0%	16.7%	15.5%
事業に必要な専門知識・技能の習得	12.4%	12.5%	12.4%
経営知識(財務・法務等)の習得	19.5%	19.4%	19.6%
仕入れ先の確保	10.1%	6.9%	12.4%
販売先の確保	15.4%	9.7%	19.6%
規制(許認可の取得など)	9.5%	5.6%	12.4%
事業内容の選定	0.6%	0.0%	1.0%
業界慣行	8.9%	11.1%	7.2%
マーケットの選定	4.1%	5.6%	3.1%
その他	7.1%	8.3%	6.2%
特に苦労したことはない	11.8%	12.5%	11.3%

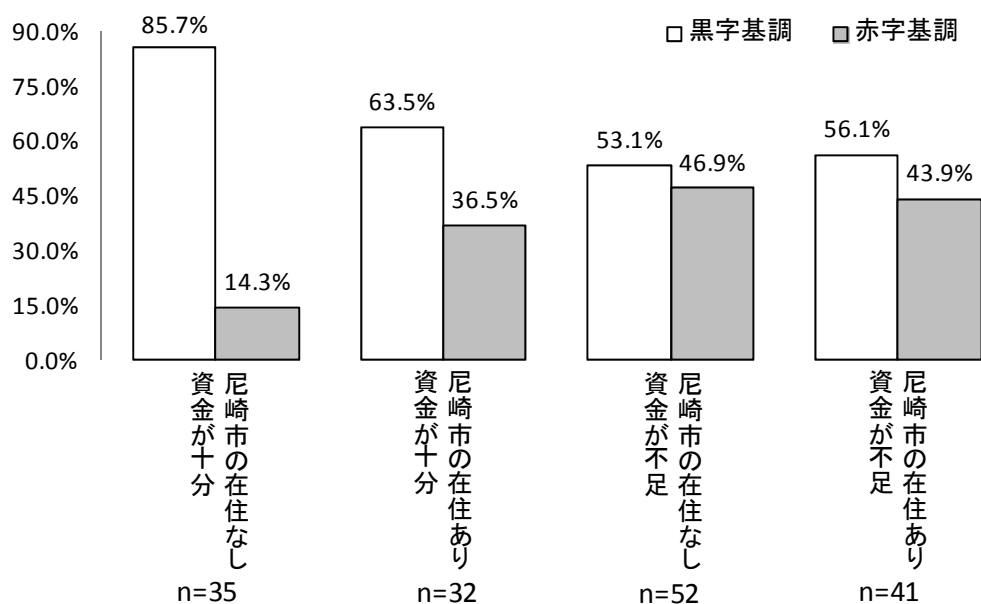
そこでもう一つの「尼崎市での在住経験あり」が意味する立地環境を考えると、「その他」(P13、図表 2-13)で多くの回答が寄せられた「自宅で創業したため」という意見と関係していると考えられる。それは、自宅で創業することで、創業資金を節約することを目指していたことである。

以上の点を考慮してアンケートの結果を見ると、「尼崎市での在住経験あり」の事業所は、「尼崎市での在住経験なし」の事業所に比べて赤字の割合が高い(図表 5-9)。また、創業資金が十分でない事業所も、十分な事業所と比べて赤字の割合が高い(図表 5-1)。つまり、自宅を創業地とする理由は創業資金を節約するためであり、資金調達が不十分であるにも関わらず創業したケースがあると考えられる。その点を分析するために、「尼崎市での在住経験あり」と資金調達の状況とクロス集計し、収益状況を見た図表 5-10 を作成した。この図表からは、資金が不足の群は、在住経験に有無による赤字と黒字の比率に差異はないが、資金が十分の群は、「尼崎市での在住経験なし」の方が、「尼崎市での在住経験あり」より黒字の比率が高く、赤字の比率が低いという大きな差がみられた。つまり、「尼崎市での在住経験あり」の事業所は、創業資金が十分であるにも関わらず収益の状況がよくないことが明らかである。

図表 5-9 尼崎市の在住経験別にみた収益



図表 5-10 尼崎市の在住経験と創業資金別に見た収益



注：資金調達は「希望以上/希望通りに調達できた」企業を「資金が十分」、「多少の/かなりの不足があった」企業を「不足」とした。

では、「尼崎市での在住経験あり」以外の尼崎市の立地環境は何があるのでしょうか。図表 5-11 を見ると、もっとも高い答えが「交通の便が良い」と「顧客に近い場所のため」、「広い/必要なスペースが確保できた」の三つが高い。以上のことから、立地場所としては、マーケットへの近接性と参入の地理的容易性、事業可能なスペースの確保が重要であることを示唆している。つまり、資金節約のために「尼崎市での在住経験あり」の事業所は、以上の三つの点に反していることがうかがえる。

以上のように、尼崎市の創業における立地環境は、都市部という大きなマーケットの存在だけでなく、大阪と神戸という大都市近郊で交通アクセスの良さというメリットがある。

図表 5-11 尼崎市の在住経験別に見た創業時に困ったこと

資金調達の状況	尼崎市の在住経験なし		尼崎市の在住経験あり	
	十分 n=37	不足 n=32	十分 n=53	不足 n=41
広い/必要なスペースが確保できた	32.4%	34.4%	17.0%	14.3%
賃貸料が安かった	21.6%	15.6%	17.0%	11.9%
尼崎のイメージがよい	5.4%	3.1%	3.8%	2.4%
交通の便が良い	45.9%	40.6%	17.0%	11.9%
顧客に近い場所のため	40.5%	34.4%	9.4%	26.2%
外注先に近い場所のため	5.4%	0.0%	1.9%	2.4%
市場の新規開拓のため	13.5%	12.5%	0.0%	2.4%
人材採用が容易であるため	8.1%	0.0%	1.9%	0.0%
尼崎市や兵庫県から支援を受けた/受けるため	5.4%	9.4%	1.9%	4.8%

5.4 尼崎市の創業促進と創業環境の改善のための提言

以上のことから、尼崎市の創業促進と創業環境の改善のための提言を言及する。

5.4.1 高校、専門学校でのアントレプレナーシップ教育の充実

尼崎市において、創業者の経歴は、専門学校や高校卒業後、会社に就職、または会社経営・自営業を行ったうえで、創業しているパターンと、大学卒業後、公務員は高度な専門知識を身につけて創業するパターンと、その中間のパターンの三つに分けることができる。このように、現在の創業のうちⅠ型とⅡ型はキャリアラダーとして機能している。このことは、企業内で昇進していくことでキャリアを形成していくような、終身雇用が担保された大企業ではなく、転職や中途採用が多い中小企業で働く人達のキャリア選択の一つとして創業を提示する仕組みがあれば、創業を増やすことができる可能性を示している。

こうした中小企業や終身雇用によらないキャリア形成を促進するためにも、そうした業種や企業に就職する学生を対象に、アントレプレナー教育を行うことが有効であると考えられる。具体的には、市内の就職率の高い高校や専門学校で、就職活動の一環として、アントレプレナーシップ教育に補助や支援を行えば、学生の頃から将来設計として創業を意識するように誘導できるだろう。

5.4.2 ハローワークなどの就労支援の一つとして創業を周知

前節のように、新卒者だけに限らず転職者や中途採用者、失業者にも同じことが言える。そうした人達に、転職や人材マッチングなどの就労支援の一つの形態として創業を考えてもらうことが重要である。そのためには、ハローワークや市の人材マッチングなどと協力して創業支援を訴えることで周知をはかる事も有効である。

5.4.3 創業資金調達等の金融支援策の拡充

5.1 で見たように、資金調達の状況が創業後の収益に関連していることが分かった。また、創業時に困ったことでも、資金調達を選択した事業所が非常に多い。そのため、資金調達における支援策の拡充が必要である。

この場合、創業者に直接資金調達する支援だけでなく、調達の多様化と調達のための支援が必要である。具体的には、マイクロ投資やクラウドファンディングなどの投資を増やしたり、市や県の融資制度を利用できるようにしたりすることが考えられる。

また、創業後に早い段階で黒字化することがその後の事業活動に繋がることから、創業後の税金の減免や免除などの施策も有効である。アンケートの尼崎市への支援に対する要望のなかで、最も多かった意見の一つが、「税金の減免や免除」であった。

5.4.4.創業相談のためのワンストップの窓口

アンケートの尼崎市への支援に対する意見で最も多かったもう一つの意見は、「創業支援がない、何があるかわからない」というものであった。現状の支援策は、国、県、市、支援機関等が様々な施策があるが、実施はそれぞれが独自に行っている。そのため、創業者は、自らに必要な支援を提供している機関を訪れたり、申請したりしなければならない。異なる機関による支援を同時に受ける場合でも、現状では、それぞれで同じような手続きを踏む必要がある。ワンストップで創業支援が可能になれば、こうした手間が省けるだけでなく、足りない支援を補うことができると考えられる。

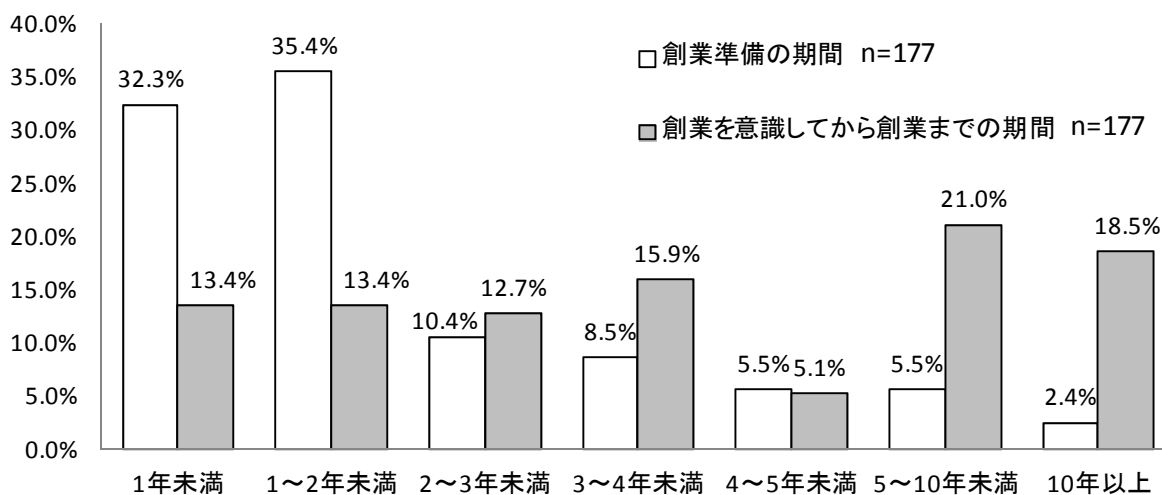
こうしたワンストップの窓口は、立地場所にも工夫が必要である。アメリカでは、創業支援機関として図書館の役割が大きい¹¹。しかし、現状の尼崎市の創業者のうち約半数が、創業教育を受けていない（P17,図表 2-23）。そのため、創業希望者が図書館を利用しない可能性が高い。創業希望者が、アドバ

¹¹ 菅谷明子（2003）『未来を創る図書館—ニューヨークからの報告—』（岩波新書）。

イスや支援を求める時にどこへ足を運ぶ傾向が高いかを、調査する必要があるだろう。

以上のように、創業支援や創業環境の充実が、尼崎市の地域経済活性化につながることを期待できる半面、こうした支援が実際の創業に結び付くには時間がかかる。図表 5-12 を見ると、実際に準備を始めてから創業までの期間は、1年未満が 32.3%、2年未満が 35.4%と約 80%が3年未満である。しかし、創業を意識してからの期間を見ると、5年以上が 21%、10年以上が 18.5%も存在している。そのため、こうした支援策は、長期的な視点にたって継続的に行っていく必要がある。

図表 5-12 創業に関する準備期間と意識してから創業までの期間

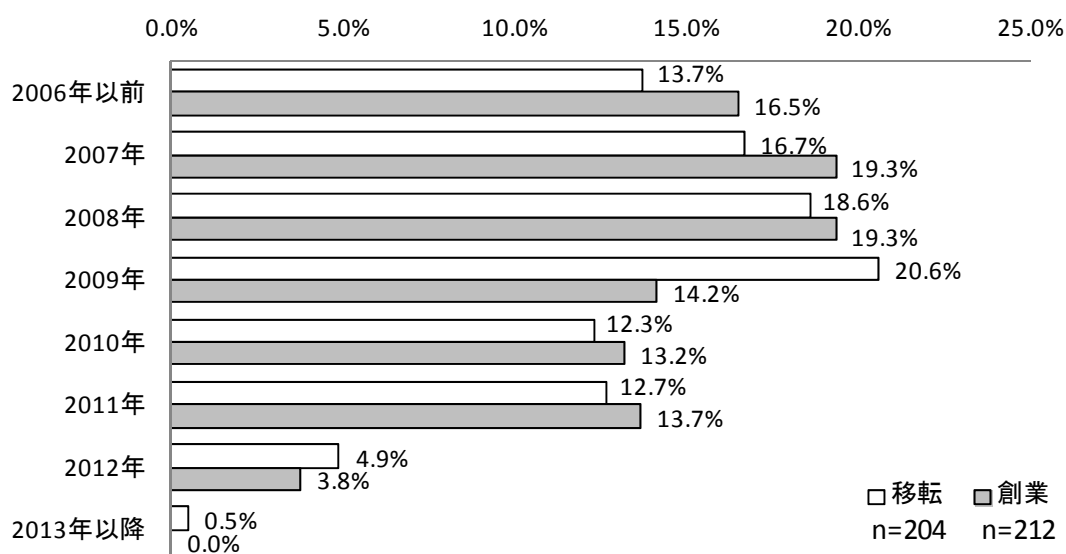


6. 尼崎市における移転・子会社等の設立の実態（アンケートの集計と結果）

6.1 尼崎市への移転、子会社等の設立

アンケートの結果から、尼崎市への移転もしくは、子会社や支社の設立の時期は、2006年以前が、16.5%、2013年以降が0.5%存在しているが、本章では主に尼崎市の立地条件を考察するために、集計に含んだ（図表 6-1）。また、創業と比較する際にも、前章では2006年以前の創業については排除したが、本章ではそれも含めて集計した。

図表 6-1 移転と創業時期の分布



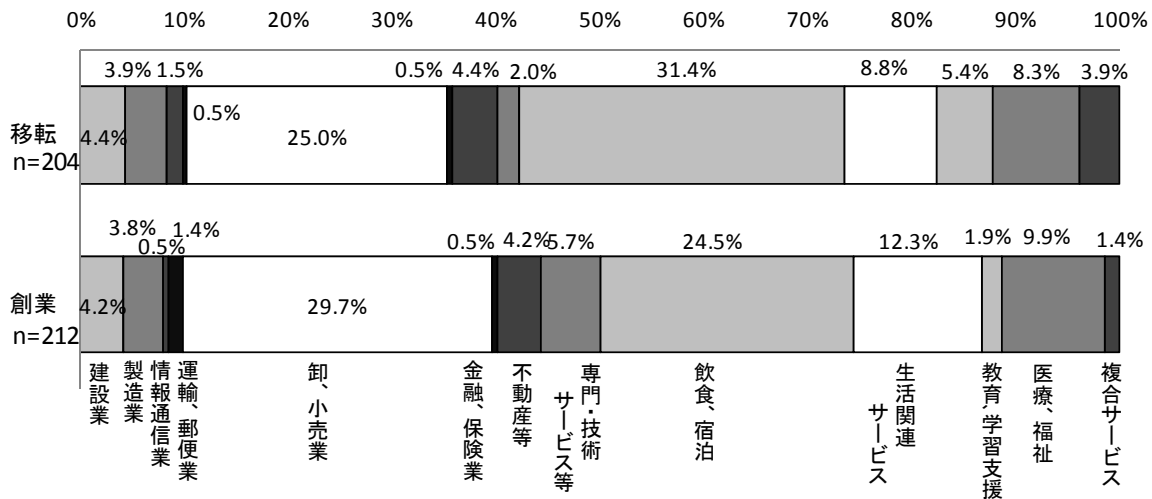
まず、移転前の場所、もしくは本社の場所は、80%以上が近畿圏である（図表 6-2）。また、その内訳も兵庫県内が 45.8%、大阪府が 34.3%である。次いで多いのが、東京都の 10.4%で、首都圏全体でも 12.4%しかない。また、尼崎市内の移転が 63 件と兵庫県の約 2/3 を占めているので、尼崎市外からの流入は大阪府からが最も多い。

図表 6-2 移転前、本社の所在地

近畿	近畿					首都圏			その他							合計		
	兵庫県	大阪府	京都府	奈良県	滋賀県	東京都	神奈川県	埼玉県	北海道	宮城県	福島県	石川県	広島県	愛媛県	福岡県			
168	92	69	2	2	3	25	21	3	1	8	1	1	1	1	2	1	1	201
83.6%	45.8%	34.3%	1.0%	1.0%	1.5%	12.4%	10.4%	1.5%	0.5%	4.0%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	1.0%	0.5%	0.5%	100.0%

移転事業所を産業分類別（図表 6-3）に見ると、「飲食、宿泊サービス業」が最も多く、31.4%、次いで「卸、小売業」が 25.0%、「生活関連サービス」が 8.8%、「医療、福祉」が 8.3%と続いている。この業種の構成比率は創業と比較してもほぼ似通っているが、移転は創業と比べて「飲食、宿泊」が多く、「専門・技術サービス」と「生活関連サービス」が少ない傾向がある。

図表 6-3 移転企業の産業分類（創業との比較）



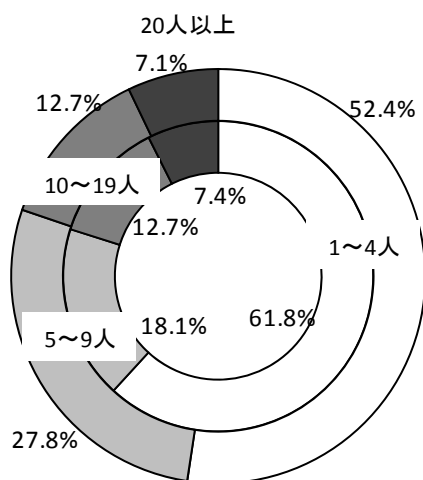
6.2 移転事業所、支社・支店にかかわる集計

回答事業所の従業員規模（図表 6-4）を見ると、5 人未満の比率が移転の方が高い。創業、移転ともに、10 人未満までの累計が 80%を占めており、ほとんど差は見られない。その中で「5～9 人」は創業の方が移転よりやや多い。

一方で、取引相手（図表 6-5）を見ると、創業は圧倒的に「一般消費者向け」が多かったのに対して、移転の場合は、「事業所などの事業所向け」が「一般消費者向け」と同じ割合を示すほど大きい。また、取引地域（図表 6-6）でも違いが大きく、移転は「尼崎市内」が 39.7%、「阪神地域」が 21.6%と、創業と比べて近郊が少なく、比較的遠方との取引が多い。

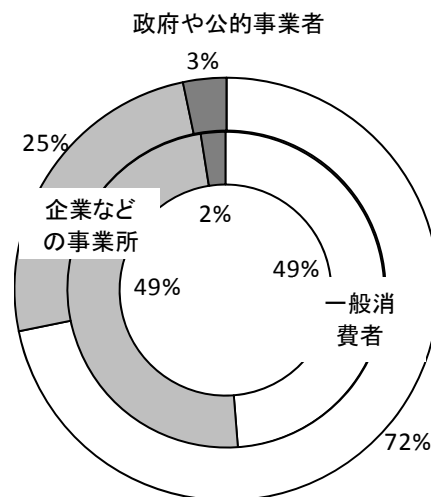
また、人材採用（図表 6-7、8）を見ると、移転の方がやや「採用した」事業所が多い。また、採用人数も多い傾向がある。

図表 6-4 従業員数



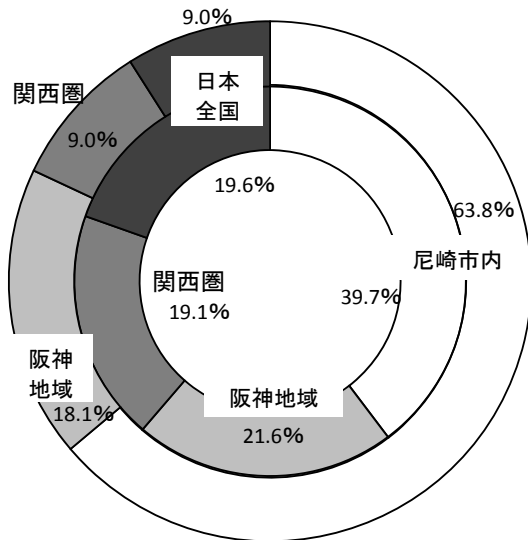
注：内円が「移転 n=204」
外円が「創業 n=212」

図表 6-4 6-5 取引相手 (SA)



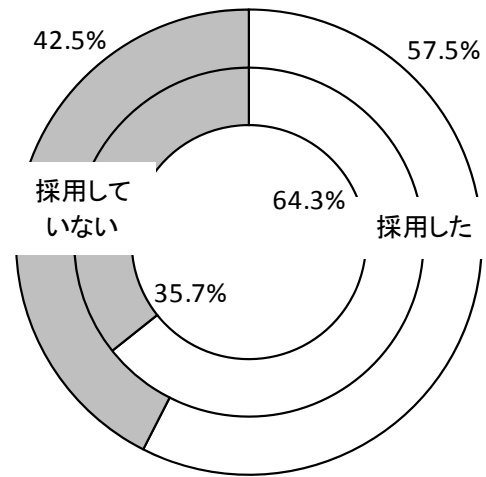
注：内円が「移転 n=203」
外円が「創業 n=209」

図表 6-6 取引の地域 (SA)



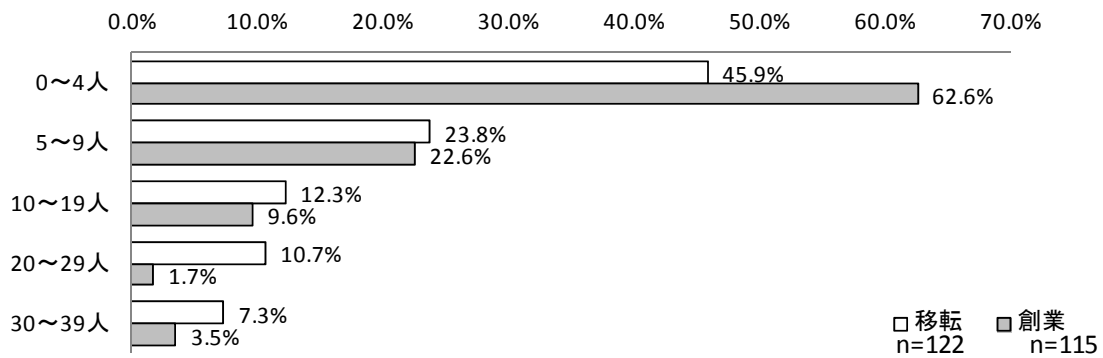
注：内円が「移転 n=204」
外円が「創業 n=210」

図表 6-7 移転時の採用の有無 (SA)



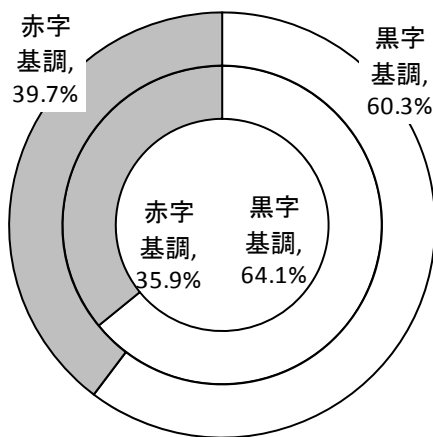
注：内円が「移転 n=199」
外円が「創業 n=207」

図表 6-8 採用人数

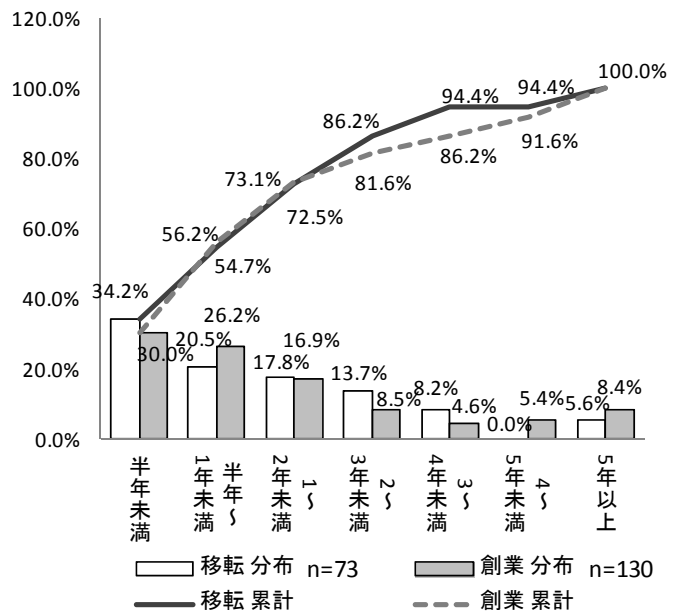


収益の状況 (図表 6-9) を見ると、創業とほとんど差はない。黒字事業所は約 65%、黒字化までの時期 (図表 6-10) も 94%が 5年以内、70%が 2年以内となっている。この点を考察してみると、創業の多くは単独事業所で少しでも早く黒字化していく必要があるが、移転、子会社の場合は複数事業所の一つであることが創業よりは多く、じっくり事業展開を図れるという側面があるかもしれない。

図表 6-9 収益 (SA) 数



図表 6-10 黒字化の時期

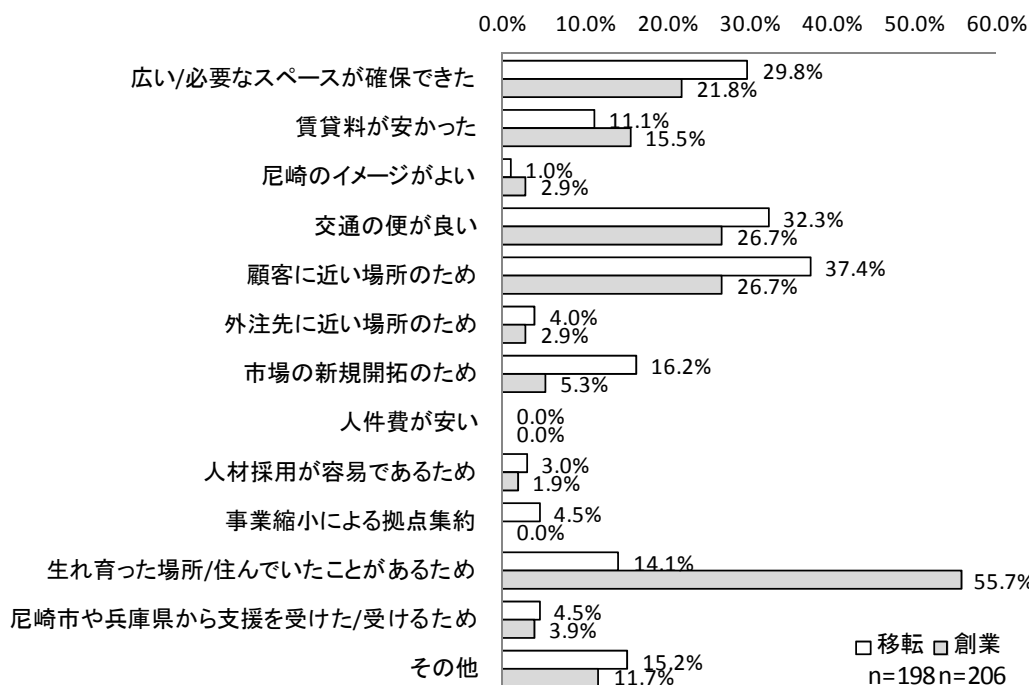


6.3 尼崎市における立地環境にかかわる集計

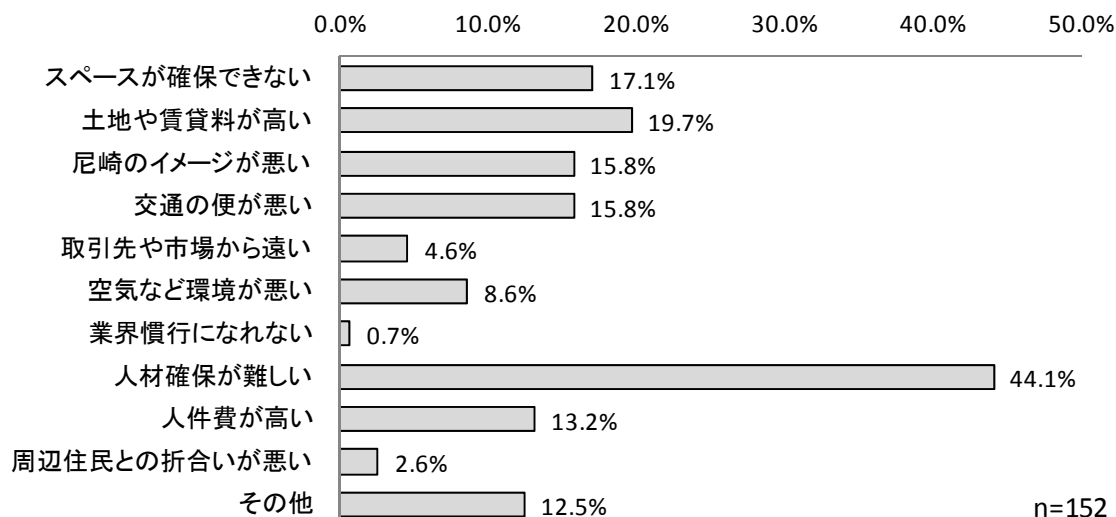
最後に、尼崎を立地先に選んだ理由（図表 6-11）を見ると、「顧客に近いため」、「交通の便がよい」、「広い必要なスペースが確保できた」の三つが突出して高い。一方で、低い要因としては、「人件費の安さ」が0%、「人材採用が容易であるため」が3.0%と低い。また、尼崎市での事業活動にともなう困難（図表 6-12）を聞いた質問では、「人材確保が難しい」が、突出して高い。

以上のように、尼崎市の立地環境は大都市の近郊であるため、市場への近接性や交通の利便性が高いことが要因となっている。一方で、本来であれば人材の採用については、大都市の方が容易であるにもかかわらず、尼崎市では困難な要因となっている。これについては、近年の景気回復による全国的な採用難の傾向も考えられるが、景気回復前である尼崎市を立地先に選んだ要因でも「人材採用が容易である」という意見も少ないため、景気の影響はあまり考えられない。また、創業のアンケート調査（図表 2-15）では、従業員の量よりも従業員の質の面で採用の難しさがあるので、移転でも採用難の要因として質的な部分があると考えられる。

図表 6-11 尼崎を立地先に選んだ理由 (MA)



図表 6-12 尼崎市で事業活動を行ううえで困っていること (MA)



7.おわりに

本調査では、アンケートを用いて尼崎市の創業の実態を見てきた。その結果、創業の動機と事業経営の方針によって、創業には3つの類型があることが分かった。そのうち、Ⅰ型とⅢ型は、経験や専門知識が重要であり、創業できる人が限定される。一方で、Ⅱ型は、創業のハードルが低く潜在的創業者は多いと考えられるが、創業支援や、創業後の事業支援が必要となることがわかった。

このように、本調査では尼崎市における創業を類型化し、それぞれの特徴がわかったが、尼崎市で創業を増やすための方策を考えるには不十分である。今回のアンケートでは、すでに創業した人を対象にしたため、潜在的な創業者が尼崎市にどの程度存在しており、また創業を実行するにあたっての障害や制約条件は分からなかった。このような潜在的な創業者について把握するためには、市民に対して意識調査を行う必要があるだろう。

もう一つの問題点は、創業によってイノベーションの誘発や雇用吸収力などの地域経済へインパクトのある影響を与えるかどうかは、今回の調査では明らかにできなかった。ベンチャーのような技術開発に積極的な企業や、新しいビジネスモデルに繋がるような企業を見つけることができなかったためである。しかし、こうした企業は日本全体に限らず、世界全体でも生まれることは稀であると考えられる。そのため、尼崎市で創業する可能性はかなり小さいと考えられる。こうした創業を明らかにするためには、尼崎市以外のベンチャー企業へのヒアリングなどを通じて、その特性を明らかにする必要がある。

このように、いくつかの課題は残したが、尼崎市における創業事業所の特徴は明らかになった。そのため、今後、創業支援について考える上で、どのような産業や事業所の創業を促進したいかという点を考慮することが重要であるだろう。

資料編

- 1.調査票A（創業・第二創業用）
- 2.調査票B（移転・支店等・子会社）
- 3.単純集計結果一覧（創業）
- 4.単純集計結果一覧（移転）

調査票 A (創業・第二創業用)

質問 貴事業所の設立経緯は次のどちらですか(確認のためです)。

1. 独立や創業で、新たに事業を興した(フランチャイズ加盟店を含む)。
2. 新しい事業を興すために別会社として設立した(第二創業)。

貴事業所についておたずねします。

問1 尼崎で事業を開始した時期は何年何月ですか。

西暦 年 月

問2 貴社の組織形態をお答えください。

1. 個人経営
2. 株式会社
3. 非営利組織
4. その他()

問3 貴事業所の主な顧客/取引先を一つお答えください。

1. 一般消費者
2. 企業などの事業所
3. 政府や公的事業者

問4 貴事業所の主な顧客/取引先の地域を一つお答えください。

1. 尼崎市
2. 阪神地域(大阪市・神戸市及び間の都市)
3. 関西圏(近畿二府四県)
4. 日本全国
5. 海外

問5 貴事業所の製品・サービスが、他社と比べて優れている点を一つお答えください。

1. 価格が安い
2. 付加価値が高い
3. 新規性が高い
4. 他社が提供していない
5. ビジネスのやり方が新しい
6. 公益性が強い

問6 貴事業所で作っている製品や提供しているサービスなど、事業内容をご記入ください。

問7 創業時に従業員を採用したかお答えください。採用した場合は、採用人数についてお答えください。

- 1 採用した(人)
- 2 採用していない

問8 この一年の売上高をお答えください。

年商: 億 万円

問9 貴事業所の現在の採算状況をお教えてください。黒字基調の方は、**黒字基調になった時期**もご記入ください。

1. 黒字基調 → 事業所を設立して()年()ヶ月後
2. 赤字基調

創業の理由やきっかけについておたずねします。

問10 創業の場所として尼崎市を選んだ理由をすべてお答えください。

- | | |
|---------------------------|----------------|
| 1. 広い/必要なスペースが確保できた | 2. 賃貸料が安かった |
| 3. 尼崎のイメージがよい | 4. 交通の便が良い |
| 5. 顧客に近い場所のため | 6. 外注先に近い場所のため |
| 7. 市場の新規開拓のため | 8. 人件費が安い |
| 9. 人材採用が容易であるため | |
| 10. 生まれ育った場所/住んでいたことがあるため | |
| 11. 尼崎市や兵庫県から支援を受けた/受けるため | |
| 12. その他() | |

問11 創業した理由や思いは何ですか。すべてお答えください。

- | | |
|------------------------|--------------------|
| 1. 現業とは別の事業を行うため(第二創業) | 2. アイデアを事業化したい |
| 3. 社会貢献 | 4. 専門的な技術・知識を活かしたい |
| 5. 自己実現のため | 6. 自己の裁量で仕事がしたい |
| 7. 高い所得を得たい | 8. 高い社会的評価を得たい |
| 9. 以前の勤務先に対する不満や先行きの不安 | 10. 人生の目的(生きがい)のため |
| 11. 時間的余裕があるため | |
| 12. その他() | |

創業時のことについておたずねします。

問12 創業で最も役に立った知識や技術を、一つお答えください。

- | | |
|------------------------|----------------------|
| 1. 事業分野における専門的な知識・ノウハウ | 2. 事業分野における高い技術力 |
| 3. 経営・マネジメントに関する知識 | 4. 財務・会計・法務・知的財産権の知識 |
| 5. 営業力・交渉力やマーケティングの知識 | 6. 社外の幅広い人脈やネットワーク |
| 7. その他() | |

問13 創業時に苦労したことを、すべてお答えください。

- | | |
|---------------------|--------------------|
| 1. 資金調達 | 2. 従業員の採用(数) |
| 3. 従業員の採用(質) | 4. 会社設立の手続き |
| 5. 事業に必要な専門知識・技能の習得 | 6. 経営知識(財務・法務等)の習得 |
| 7. 仕入れ先の確保 | 8. 販売先の確保 |
| 9. 規制(許認可の取得など) | 10. 事業内容の選定 |
| 11. 業界慣行 | 12. マーケットの選定 |
| 13. その他() | |
| 14. 特に苦労したことはない | |

問 14 創業に関する教育や研修・セミナーなどを受けましたか。受けていたものすべてお答えください。

- | | |
|----------------------|----------------------|
| 1. 創業に関する一般的な理論やケース | 2. ビジネスプランの作成法を学ぶ |
| 3. 創業の手続きについて専門家から学ぶ | 4. 経営・マネジメントについての講義 |
| 5. 財務・会計についての講義 | 6. 法務・知的財産権についての講義 |
| 7. 営業・マーケティングについての講義 | 8. 創業者などから創業時の経験談を聞く |
| 9. その他() | |
| 10. 受けていない | |

創業後のことについておたずねします。

問 15 新規顧客の開拓に対する取組みを行っていますか。当てはまるものすべてお答えください。

- | | |
|------------------------------|----------------------|
| 1. 既存の販売先・顧客への紹介依頼 | 2. 仕入先・外注先への紹介依頼 |
| 3. 個人的な友人・知人への紹介依頼 | 4. 業界紙・専門誌への記事掲載 |
| 5. ダイレクトメールの送付 | 6. 自社ホームページの充実 |
| 7. 飛び込みによる戸別訪問 | 8. 展示会など業界関係者の会合への出席 |
| 9. 仕事上のつながりある先への紹介依頼(1、2を除く) | |
| 10. その他() | |
| 11. 特に取り組んでいない | |

問 16 事業を経営する上で、最も重視するものを、一つお答えください。

- | | |
|------------------|----------------|
| 1. 利益を最大化すること | 2. 事業規模を拡大すること |
| 3. 事業を継続すること | 4. 家計を維持すること |
| 5. 仕事の内容に満足できること | 6. 社会の役にたつこと |
| 7. その他() | |

創業時の資金調達についておたずねします。

問 17 創業資金は思うように調達できましたか。

- | | |
|---------------|---------------|
| 1. 希望以上に調達できた | 2. 希望通り調達できた |
| 3. 多少の不足があった | 4. かなりの不足があった |

問 18 (1)創業にかかった費用の内訳と、(2)自己資金以外の調達先をすべてお答えください。

(1)創業にかかった費用 合計 億 万円 うち、自己資金 %

(2)自己資金以外の調達先

- | | |
|-----------------------|----------------------|
| 1. 民間金融機関(銀行・信用金庫) | 2. 政府系金融機関(日本政策金融公庫) |
| 3. 自治体の融資制度 | 4. ベンチャーキャピタルからの出資 |
| 5. 家族・親類からの出資・借入 | 6. 友人・知人からの出資・借入 |
| 7. 以前の勤務先・取引先からの出資・借入 | 8. その他() |

「1」と「2」
は問 19 へ

問 19 問 17 で金融機関をご利用の方におたずねします。借り入れにともなう金利と、求められた担保をお答えください。複数の場合は、最も大きい調達についてお答えください。

(1) 金利(____%)	(2) 担保	1. 信用保証協会	2. 社内保証(本人・家族・社員)
		3. 土地などの担保	4. 無担保

創業者の方についておたずねします。

問20 現在の(1)年齢と(2)性別をお答えください。

(1)年齢____歳	(2) 1. 男	2. 女
------------	----------	------

問21 現在の居住地をお答えください。

1 尼崎市内	2 市外
--------	------

問22 最終学歴をお答えください。

1. 大学・大学院卒(文系)	2. 大学・大学院卒(理系)
3. 短大卒	4. 専門学校卒
5. 高等専門学校卒	6. 高校卒
7. 海外の学校卒	8. その他()

問23 創業する以前の職業をお答えください。

1. 会社や団体の常勤役員	2. 正社員・職員(管理職)
3. 正社員・職員(管理職以外)	4. パート・アルバイト
5. 派遣社員・契約社員	6. 企業経営者・自営業種
7. 家族従業員	8. 学生
9. 専業主婦・主夫・無職	10. その他()

問24 創業を(1)漠然と意識した年齢、(2)実際に創業の準備を始めた年齢、(3)創業した年齢を、それぞれお答えください。

(1)意識した年齢____歳	(2)創業の準備を始めた年齢____歳	(3)創業した年齢____歳
----------------	---------------------	----------------

問25 尼崎市や支援機関に対して期待することなど、ご意見がありましたらご記入ください。

※回答の確認をさせていただく場合があります。差し支えなければ、貴社名とご回答いただきました担当者、ご連絡先をお教えてください。

貴社名			
お名前			
所属		電話	

コード：0000

調査票B (移転・支店等・子会社)

質問 貴事業所の設立経緯は次のどちらですか(確認のためです)。

1. 独立や起業で、新たに事業を興した(フランチャイズ加盟店を含む)。
 2. 新しい事業を興すために別会社として設立した(第二創業)。
 3. 他の場所から移転してきた。
 4. 他に本社や親会社がある事業所や子会社(第二創業を除く)として設立された。
- }⇒ 「1」、「2」の人は調査票Aです

問1 移転前、または本社・親会社の所在地はどこですか。市町村区名でお答えください。

市・町・村 区

問2 尼崎で事業を開始した時期は何年何月ですか。

西暦 年 月

問3 貴事業所の主な顧客/取引先を一つお答えください。

1. 一般消費者
2. 企業などの事業所
3. 政府や公的事業者

問4 貴事業所の主な顧客/取引先の場所を一つお答えください。

1. 尼崎市
2. 阪神地域(大阪市・神戸市及び間の都市)
3. 関西圏(近畿二府四県)
4. 日本全国
5. 海外

問5 貴事業所の事業内容をご記入ください。

問6 尼崎に事業所を設立した際に、新たに人材採用をおこないましたか。採用した場合は、人数もお答えください。

1. 採用した → ()人
2. 採用していない

ウラ面に続く

問7 貴事業所における現在の採算状況についてお答えください。黒字基調の方は、**黒字基調**になった時期もご記入ください。

1. 黒字基調 → 事業所を設立して()年()ヶ月後	2. 赤字基調
------------------------------	---------

問8 起業・創業の場所として尼崎市を選んだ理由を**すべて**お答えください。

1. 広い/必要なスペースが確保できた	2. 賃貸料が安かった
3. 尼崎のイメージがよい	4. 交通の便が良い
5. 顧客に近い場所のため	6. 外注先に近い場所のため
7. 市場の新規開拓のため	8. 人件費が安い
9. 人材採用が容易であるため	10. 事業縮小による拠点集約
11. 生れ育った場所/住んでいたことがあるため	
12. 尼崎市や兵庫県から支援を受けた/受けるため	
13. その他()	

問9 貴事業所で、**今困っている点**について、**すべて**お答えください。

1. スペースが確保できない	2. 土地や賃貸料が高い
3. 尼崎のイメージが悪い	4. 交通の便が悪い
5. 取引先や市場から遠い	6. 空気など環境が悪い
7. 業界慣行になれない	8. 人材確保が難しい
9. 人件費が高い	10. 周辺住民との折合いが悪い
11. その他()	

問10 尼崎市や支援機関に対して期待することなど、ご意見がありましたらご記入ください。

※回答の確認をさせていただく場合があります。差し支えなければ、貴社名とご回答いただきました担当者、ご連絡先をお教えてください。

貴社名			
お名前			
所属		電話	

コード：0000

3.集計結果一覧（調査票 A）

産業分類		(SA)		
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	農業, 林業	0	0	0
2	漁業	0	0	0
3	鉱業, 採石業, 砂利採取業	0	0	0
4	建設業	12	6.8	6.8
5	製造業	9	5.1	5.1
6	電気・ガス・熱供給・水道業	0	0	0
7	情報通信業	1	0.6	0.6
8	運輸業, 郵便業	2	1.1	1.1
9	卸売業, 小売業	19	10.7	10.7
10	金融業, 保険業	0	0	0
11	不動産業, 物品賃貸業	9	5.1	5.1
12	学術研究, 専門・技術サービス業	15	8.5	8.5
13	宿泊業, 飲食サービス業, 生活関連サービス業, 娯楽業	28	15.8	15.8
14		6	3.4	3.4
15	教育, 学習支援業	14	7.9	7.9
16	医療, 福祉	60	33.9	33.9
17	複合サービス事業	0	0	0
18	サービス業(他に分類されないもの)	2	1.1	1.1
19	事業内容等不詳	0	0	0
20	不明	0	0	0
	不明	0	0	0
	N (%ベース)	177	100	177

従業員数		(数量)		
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	0~4	107	60.5	60.5
2	5~9	36	20.3	20.3
3	10~20	23	13	13
4	21~29	4	2.3	2.3
5	30~39	0	0	0
6	40~49	3	1.7	1.7
7	50~99	3	1.7	1.7
8	100以上	1	0.6	0.6
	N (%ベース)	177	100	177

問1		(数量)		
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	2007年	41	23.2	23.2
2	2008年	41	23.2	23.2
3	2009年	30	16.9	16.9
4	2010年	28	15.8	15.8
5	2011年	29	16.4	16.4
6	2012年	8	4.5	4.5
	N (%ベース)	177	100	177

問2		(SA)		
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	個人経営	109	61.6	61.9
2	株式会社	56	31.6	31.8
3	非営利組織	8	4.5	4.5
4	その他	3	1.7	1.7
	不明	1	0.6	
	N (%ベース)	177	100	176

問3		(SA)		
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	一般消費者	130	73.4	74.7
2	企業などの事業所	38	21.5	21.8
3	政府や公的事業者	6	3.4	3.4
	不明	3	1.7	
	N (%ベース)	177	100	174

問4		(SA)		
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	尼崎市	123	69.5	70.3
2	阪神地域	25	14.1	14.3
3	関西圏	15	8.5	8.6
4	日本全国	12	6.8	6.9
5	海外	0	0	0
	不明	2	1.1	
	N (%ベース)	177	100	175

問5		(SA)		
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	価格が安い	42	23.7	25.1
2	付加価値が高い	57	32.2	34.1
3	新規性が高い	2	1.1	1.2
4	他社が提供していない	21	11.9	12.6
5	ビジネスのやり方が新しい	7	4	4.2
6	公益性が強い	38	21.5	22.8
	不明	10	5.6	
	N (%ベース)	177	100	167

問7		(SA)		
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	採用した	101	57.1	58.4
2	採用していない	72	40.7	41.6
	不明	4	2.3	
	N (%ベース)	177	100	173

問7(採用人数)		(数量)		
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	0~4	61	34.5	61
2	5~9	25	14.1	25
3	10人以上	14	7.9	14
	不明	77	43.5	
	N (%ベース)	177	100	100

問8		(数量)		
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	100万未満	8	4.5	4.7
2	100~500万未満	25	14.1	14.8
3	500万~1000万未満	29	16.4	17.2
4	1000万~5000万未満	58	32.8	34.3
5	1000万未満	21	11.9	12.4
6	2000万未満	26	14.7	15.4
7	3000万未満	2	1.1	1.2
	不明	8	4.5	
	N (%ベース)	177	100	169

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	黒字基調	107	60.5	62.9
2	赤字基調	63	35.6	37.1
	不明	7	4	
	N (%ベース)	177	100	170

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	半年以内	35	19.8	30.7
2	1年以内	31	17.5	27.2
3	2年以内	19	10.7	16.7
4	3年以内	11	6.2	9.6
5	4年以内	6	3.4	5.3
6	5年以内	5	2.8	4.4
7	6年目以降	7	4	6.1
	不明	63	35.6	
	N (%ベース)	177	100	114

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	広い/必要なスペースが確保できた	39	22	22.5
2	賃貸料が安かった	28	15.8	16.2
3	尼崎のイメージがよい	6	3.4	3.5
4	交通の便が良い	45	25.4	26
5	顧客に近い場所のため	44	24.9	25.4
6	外注先に近い場所のため	5	2.8	2.9
7	市場の新規開拓のため	10	5.6	5.8
8	人件費が安い	0	0	0
9	人材採用が容易であるため	4	2.3	2.3
10	生れ育った場所/住んでいたことがあるため	98	55.4	56.6
11	尼崎市や兵庫県から支援を受けた/受けるため	8	4.5	4.6
12	その他	21	11.9	12.1
	不明	4	2.3	
	N (%ベース)	177	100	173

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	現業とは別の事業を行うため(第二創業)	9	5.1	5.2
2	アイデアを事業化したい	12	6.8	7
3	社会貢献	64	36.2	37.2
4	専門的な技術・知識を活かしたい	88	49.7	51.2
5	自己実現のため	61	34.5	35.5
6	自己の裁量で仕事がしたい	80	45.2	46.5
7	高い所得を得たい	25	14.1	14.5
8	高い社会的評価を得たい	9	5.1	5.2
9	以前の勤務先に対する不満や先行きの不安	29	16.4	16.9
10	人生の目的(生きがい)のため	52	29.4	30.2
11	時間的余裕があるため	10	5.6	5.8
12	その他	9	5.1	5.2
	不明	5	2.8	
	N (%ベース)	177	100	172

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	事業分野における専門的な知識・ノウハウ	75	42.4	44.1
2	事業分野における高い技術力	24	13.6	14.1
3	経営・マネジメントに関する知識	16	9	9.4
4	財務・会計・法務・知的財産権の知識	10	5.6	5.9
5	営業力・交渉力やマーケティングの知識	18	10.2	10.6
6	社外の幅広い人脈やネットワーク	19	10.7	11.2
7	その他	8	4.5	4.7
	不明	7	4	
	N (%ベース)	177	100	170

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	資金調達	78	44.1	45.6
2	従業員の採用(数)	20	11.3	11.7
3	従業員の採用(質)	55	31.1	32.2
4	会社設立の手続き	27	15.3	15.8
5	事業に必要な専門知識・技能の習得	22	12.4	12.9
6	経営知識(財務・法務等)の習得	33	18.6	19.3
7	仕入れ先の確保	19	10.7	11.1
8	販売先の確保	27	15.3	15.8
9	規制(許認可の取得など)	16	9	9.4
10	事業内容の選定	1	0.6	0.6
11	業界慣行	15	8.5	8.8
12	マーケットの選定	7	4	4.1
13	その他	12	6.8	7
14	特に苦労したことはない	20	11.3	11.7
	不明	6	3.4	
	N (%ベース)	177	100	171

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	創業に関する一般的な理論やケース	21	11.9	12.4
2	ビジネスプランの作成法を学ぶ	2	1.1	1.2
3	創業の手続きについて専門家から学ぶ	18	10.2	10.6
4	経営・マネジメントについての講義	17	9.6	10
5	財務・会計についての講義	17	9.6	10
6	法務・知的財産権についての講義	2	1.1	1.2
7	営業・マーケティングについての講義	14	7.9	8.2
8	創業者などから創業時の経験談を聞く	26	14.7	15.3
9	その他	5	2.8	2.9
10	受けていない	99	55.9	58.2
	不明	7	4	
	N (%ベース)	177	100	170

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	既存の販売先・顧客への紹介依頼	52	29.4	30.1
2	仕入先・外注先への紹介依頼	20	11.3	11.6
3	個人的な友人・知人への紹介依頼	46	26	26.6
4	業界紙・専門誌への記事掲載	18	10.2	10.4
5	ダイレクトメールの送付	20	11.3	11.6
6	自社ホームページの充実	56	31.6	32.4
7	飛び込みによる戸別訪問	6	3.4	3.5
8	展示会など業界関係者の会合への出席	14	7.9	8.1
9	仕事上のつながりがある先への紹介依頼(1、2を除く)	31	17.5	17.9
10	その他	15	8.5	8.7
11	特に取り組んでいない	46	26	26.6
	不明	4	2.3	
	N (%ベース)	177	100	173

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	利益を最大化すること	22	12.4	12.8
2	事業規模を拡大すること	3	1.7	1.7
3	事業を継続すること	71	40.1	41.3
4	家計を維持すること	17	9.6	9.9
5	仕事の内容に満足できること	28	15.8	16.3
6	社会の役にたつこと	30	16.9	17.4
7	その他	1	0.6	0.6
	不明	5	2.8	
	N (%ベース)	177	100	172

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	希望以上に調達できた	5	2.8	3
2	希望通り調達できた	85	48	51.5
3	多少の不足があった	51	28.8	30.9
4	かなりの不足があった	24	13.6	14.5
	不明	12	6.8	
	N (%ベース)	177	100	165

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	100万未満	11	6.2	7
2	300万未満	24	13.6	15.3
3	500万未満	19	10.7	12.1
4	800万未満	30	16.9	19.1
5	1000万未満	8	4.5	5.1
6	2000万未満	34	19.2	21.7
7	3000万未満	8	4.5	5.1
8	5000万未満	8	4.5	5.1
9	5000～1億円未満	10	5.6	6.4
10	1億円以上	5	2.8	3.2
	不明	20	11.3	
	N (%ベース)	177	100	157

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	0%	9	5.1	5.8
2	10%未満	1	0.6	0.6
3	20%未満	9	5.1	5.8
4	30%未満	18	10.2	11.5
5	40%未満	9	5.1	5.8
6	50%未満	6	3.4	3.8
7	60%未満	15	8.5	9.6
8	70%未満	5	2.8	3.2
9	80%未満	2	1.1	1.3
10	90%未満	1	0.6	0.6
11	100%未満	1	0.6	0.6
12	100%	80	45.2	51.3
	不明	21	11.9	
	N (%ベース)	177	100	156

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	民間金融機関(銀行・信用金庫)	45	25.4	45
2	政府系金融機関(日本政策金融公庫)	33	18.6	33
3	自治体の融資制度	0	0	0
4	ベンチャーキャピタルからの出資	1	0.6	1
5	家族・親類からの出資・借入	46	26	46
6	友人・知人からの出資・借入	8	4.5	8
7	以前の勤務先・取引先からの出資・借入	5	2.8	5
8	その他	4	2.3	4
	不明	77	43.5	
	N (%ベース)	177	100	100

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	1%未満	1	0.6	1.9
2	1～2%未満	17	9.6	31.5
3	2～3%未満	23	13	42.6
4	3～4%未満	7	4	13
5	4～5%未満	3	1.7	5.6
6	5%以上	3	0.6	1.9
	不明	123	69.5	
	N (%ベース)	177	100	54

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	信用保証協会	16	9	25.8
2	社内保証(本人・家族・社員)	17	9.6	27.4
3	土地などの担保	12	6.8	19.4
4	無担保	17	9.6	27.4
	不明	115	65	
	N (%ベース)	177	100	62

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	25～29	1	0.6	0.6
2	30～34	8	4.5	4.7
3	35～39	25	14.1	14.5
4	40～44	39	22	22.7
5	45～49	23	13	13.4
6	50～54	25	14.1	14.5
7	55～59	12	6.8	7
8	60～64	10	5.6	5.8
9	65～69	16	9	9.3
10	70～74	8	4.5	4.7
11	75～79	3	1.7	1.7
12	80以上	2	1.1	1.2
	不明	5	2.8	
	N (%へ-入)	177	100	172

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	男	145	81.9	84.3
2	女	27	15.3	15.7
	不明	5	2.8	
	N (%へ-入)	177	100	172

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	尼崎市內	122	68.9	70.5
2	市外	51	28.8	29.5
	不明	4	2.3	
	N (%へ-入)	177	100	173

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	大学・大学院卒(文系)	34	19.2	19.9
2	大学・大学院卒(理系)	29	16.4	17
3	短大卒	7	4	4.1
4	専門学校卒	39	22	22.8
5	高等専門学校卒	3	1.7	1.8
6	高校卒	53	29.9	31
7	海外の学校卒	0	0	0
8	その他	6	3.4	3.5
	不明	6	3.4	
	N (%へ-入)	177	100	171

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	会社や団体の常勤役員	19	10.7	10.9
2	正社員・職員(管理職)	46	26	26.4
3	正社員・職員(管理職以外)	55	31.1	31.6
4	パート・アルバイト	7	4	4
5	派遣社員・契約社員	3	1.7	1.7
6	企業経営者・自営業種	19	10.7	10.9
7	家族従業員	2	1.1	1.1
8	学生	1	0.6	0.6
9	専業主婦・主夫・無職	9	5.1	5.2
10	その他	13	7.3	7.5
	不明	3	1.7	
	N (%へ-入)	177	100	174

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	20歳未満	7	4	4.4
2	20～29歳	37	20.9	23.1
3	30～39歳	49	27.7	30.6
4	40～49歳	33	18.6	20.6
5	50～59歳	21	11.9	13.1
6	60～69歳	12	6.8	7.5
7	70歳以上	1	0.6	0.6
	不明	17	9.6	
	N (%へ-入)	177	100	160

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	20歳未満	1	0.6	0.6
2	20～29歳	20	11.3	12.1
3	30～39歳	60	33.9	36.4
4	40～49歳	43	24.3	26.1
5	50～59歳	20	11.3	12.1
6	60～69歳	18	10.2	10.9
7	70歳以上	3	1.7	1.8
	不明	12	6.8	
	N (%へ-入)	177	100	165

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	20歳未満	0	0	0
2	20～29歳	9	5.1	5.4
3	30～39歳	67	37.9	40.4
4	40～49歳	45	25.4	27.1
5	50～59歳	19	10.7	11.4
6	60～69歳	23	13	13.9
7	70歳以上	3	1.7	1.8
	不明	11	6.2	
	N (%へ-入)	177	100	166

4.集計結果一覧（調査票B）

産業分類		(SA)	
No.	カテゴリ	件数	(全体)% (除不)%
1	農業, 林業	0	0 0
2	漁業	0	0 0
3	鉱業, 採石業, 砂利採取業	0	0 0
4	建設業	9	4.4 4.4
5	製造業	8	3.9 3.9
6	電気・ガス・熱供給・水道業	0	0 0
7	情報通信業	3	1.5 1.5
8	運輸業, 郵便業	1	0.5 0.5
9	卸売業, 小売業	51	25 25
10	金融業, 保険業	1	0.5 0.5
11	不動産業, 物品賃貸業	9	4.4 4.4
12	学術研究, 専門・技術サービス業	4	2 2
13	宿泊業, 飲食サービス業	64	31.4 31.4
14	生活関連サービス業, 娯楽業	18	8.8 8.8
15	教育, 学習支援業	11	5.4 5.4
16	医療, 福祉	17	8.3 8.3
17	複合サービス事業	8	3.9 3.9
18	サービス業(他に分類されないもの)	0	0 0
19	事業内容等不詳	0	0 0
20	不明	0	0 0
	不明	0	0 0
	N (% [^] -ス)	204	100 204

従業員数		(数量)	
No.	カテゴリ	件数	(全体)% (除不)%
1	1~4人	126	61.8 61.8
2	5~9人	37	18.1 18.1
3	10~19人	26	12.7 12.7
4	20人以上	15	7.4 7.4
	不明	0	0 0
	N (% [^] -ス)	204	100 204

開設時期(センサス)		(数量)	
No.	カテゴリ	件数	(全体)% (除不)%
1	2006年以前	3	1.5 1.5
2	2007年	48	23.5 23.5
3	2008年	49	24 24
4	2009年	37	18.1 18.1
5	2010年	32	15.7 15.7
6	2011年	30	14.7 14.7
7	2012年	4	2 2
8	2013年以降	1	0.5 0.5
	不明	0	0 0
	N (% [^] -ス)	204	100 204

問2(年)		(数量)	
No.	カテゴリ	件数	(全体)% (除不)%
1	2006年以前	28	13.7 13.7
2	2007年	34	16.7 16.7
3	2008年	38	18.6 18.6
4	2009年	42	20.6 20.6
5	2010年	25	12.3 12.3
6	2011年	26	12.7 12.7
7	2012年	10	4.9 4.9
8	2013年以降	1	0.5 0.5
	不明	0	0 0
	N (% [^] -ス)	204	100 204

問2(月)		(数量)	
No.	カテゴリ	件数	(全体)% (除不)%
1	1月	19	9.3 10.1
2	2月	12	5.9 6.4
3	3月	10	4.9 5.3
4	4月	33	16.2 17.6
5	5月	12	5.9 6.4
6	6月	14	6.9 7.4
7	7月	18	8.8 9.6
8	8月	11	5.4 5.9
9	9月	14	6.9 7.4
10	10月	23	11.3 12.2
11	11月	10	4.9 5.3
12	12月	12	5.9 6.4
	不明	16	7.8 0
	N (% [^] -ス)	204	100 188

問3		(SA)	
No.	カテゴリ	件数	(全体)% (除不)%
1	一般消費者	99	48.5 48.8
2	企業などの事業所	99	48.5 48.8
3	政府や公的事業者	5	2.5 2.5
	不明	1	0.5 0
	N (% [^] -ス)	204	100 203

問4		(SA)	
No.	カテゴリ	件数	(全体)% (除不)%
1	尼崎市内	81	39.7 39.7
2	阪神地域	44	21.6 21.6
3	関西圏	39	19.1 19.1
4	日本全国	40	19.6 19.6
5	海外	0	0 0
	不明	0	0 0
	N (% [^] -ス)	204	100 204

問6		(SA)	
No.	カテゴリ	件数	(全体)% (除不)%
1	採用した	128	62.7 64.3
2	採用していない	71	34.8 35.7
	不明	5	2.5 0
	N (% [^] -ス)	204	100 199

問6(人数) (数量)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	0~4	56	27.5	45.9
2	5~9	29	14.2	23.8
3	10~19	15	7.4	12.3
4	20~29	13	6.4	10.7
5	30~39	6	2.9	4.9
6	40~49	0	0	0
7	50~99	2	1	1.6
8	100以上	1	0.5	0.8
	不明	82	40.2	
	N (%ベース)	204	100	122

問7 (SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	黒字基調	116	56.9	64.1
2	赤字基調	65	31.9	35.9
	不明	23	11.3	
	N (%ベース)	204	100	181

問7(時期) (数量)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	半年未満	25	12.3	34.2
2	半年~1年未満	15	7.4	20.5
3	1~2年未満	13	6.4	17.8
4	2~3年未満	10	4.9	13.7
5	3~4年未満	6	2.9	8.2
6	4~5年未満	0	0	0
7	5年以上	4	2	5.5
	不明	131	64.2	
	N (%ベース)	204	100	73

問8 (MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	広い/必要なスペースが確保できた	59	28.9	29.8
2	賃貸料が安かった	22	10.8	11.1
3	尼崎のイメージがよい	2	1	1
4	交通の便が良い	64	31.4	32.3
5	顧客に近い場所のため	74	36.3	37.4
6	外注先に近い場所のため	8	3.9	4
7	市場の新規開拓のため	32	15.7	16.2
8	人件費が安い	0	0	0
9	人材採用が容易であるため	6	2.9	3
10	事業縮小による拠点集約	9	4.4	4.5
11	生れ育った場所/住んでいたことがあるため	28	13.7	14.1
12	尼崎市や兵庫県から支援を受けた/受けるため	9	4.4	4.5
13	その他	30	14.7	15.2
	不明	6	2.9	
	N (%ベース)	204	100	198

問9 (MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	スペースが確保できない	26	12.7	17.1
2	土地や賃貸料が高い	30	14.7	19.7
3	尼崎のイメージが悪い	24	11.8	15.8
4	交通の便が悪い	24	11.8	15.8
5	取引先や市場から遠い	7	3.4	4.6
6	空気など環境が悪い	13	6.4	8.6
7	業界慣行になれない	1	0.5	0.7
8	人材確保が難しい	67	32.8	44.1
9	人件費が高い	20	9.8	13.2
10	周辺住民との折合いが悪い	4	2	2.6
11	その他	19	9.3	12.5
	不明	52	25.5	
	N (%ベース)	204	100	152