

取りまとめ報告書 参考資料

2026年4月

地域の持続的成長に向けた創業政策のあり方検討会

1. 創業を取り巻く実態

2. 中小企業庁の創業関連施策

3. 地域の事例

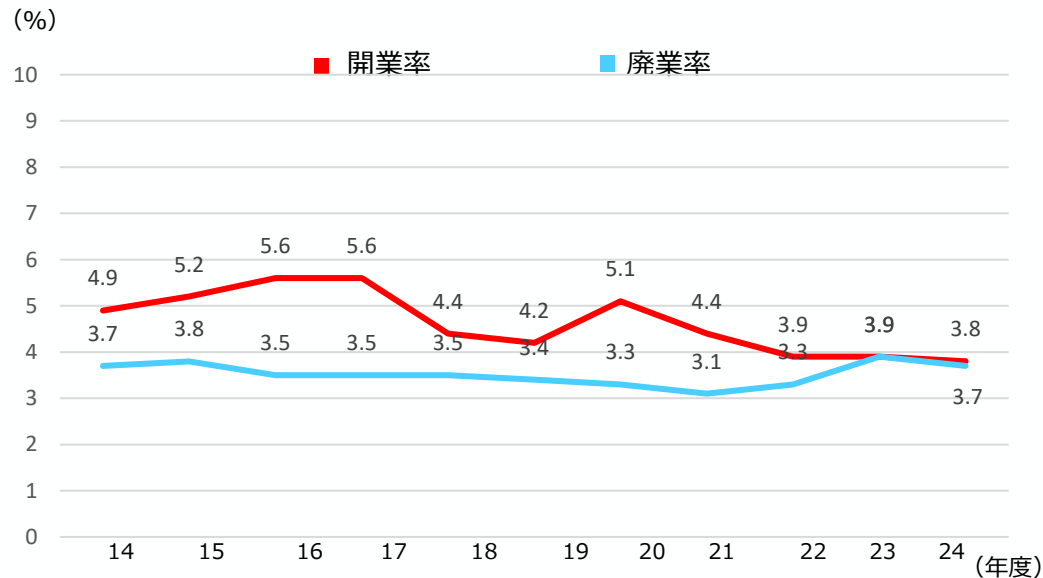
4. 創業まもない事業者へのアンケート調査結果

開業率（定義・推移）

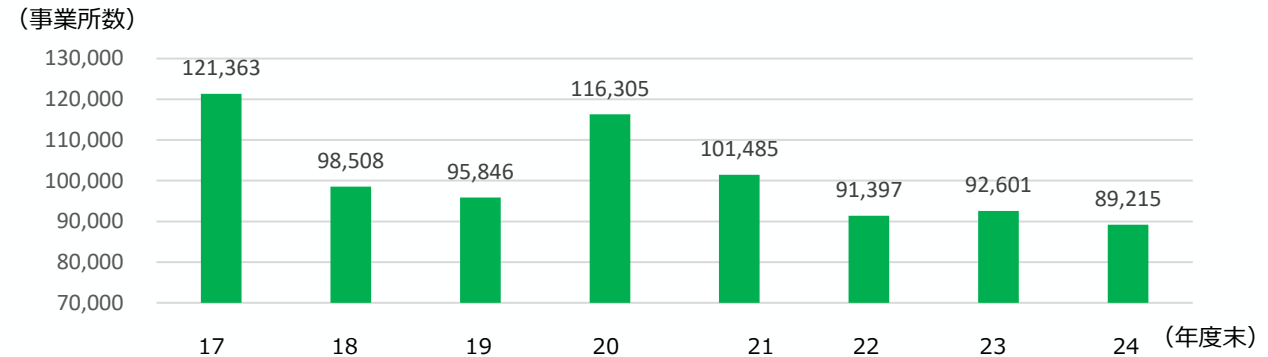
- 開業率は「雇用保険事業統計（厚生労働省）（雇用保険の適用・給付状況をまとめた統計）」を基に算出。近年の開業率は5%前後で推移。
- 「雇用を伴う事業所数の増減」を表しており、個人事業主など雇用を伴わない形態は含まれていない。

開業率の定義と推移

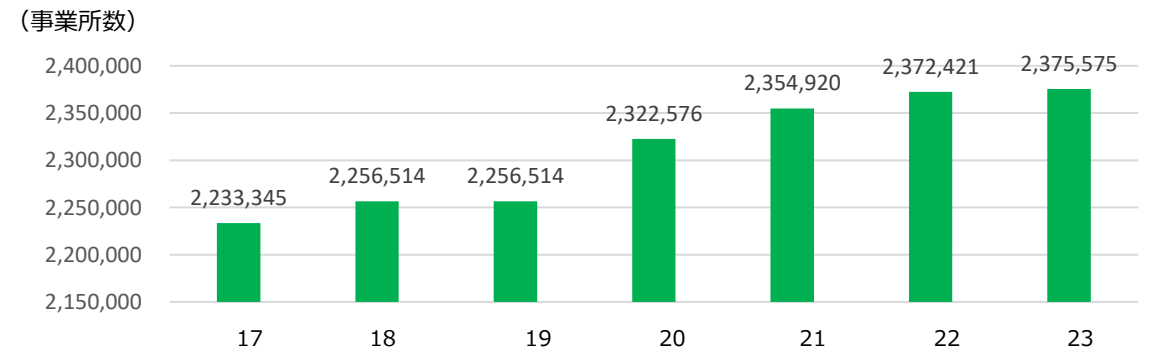
$$\text{開業率} = \frac{\text{当該年度に雇用関係が新規に成立した事業所数}}{\text{前年度末の適用事業所数}} \times 100$$



当該年度の保険関係新規成立事業所数の推移（分子）



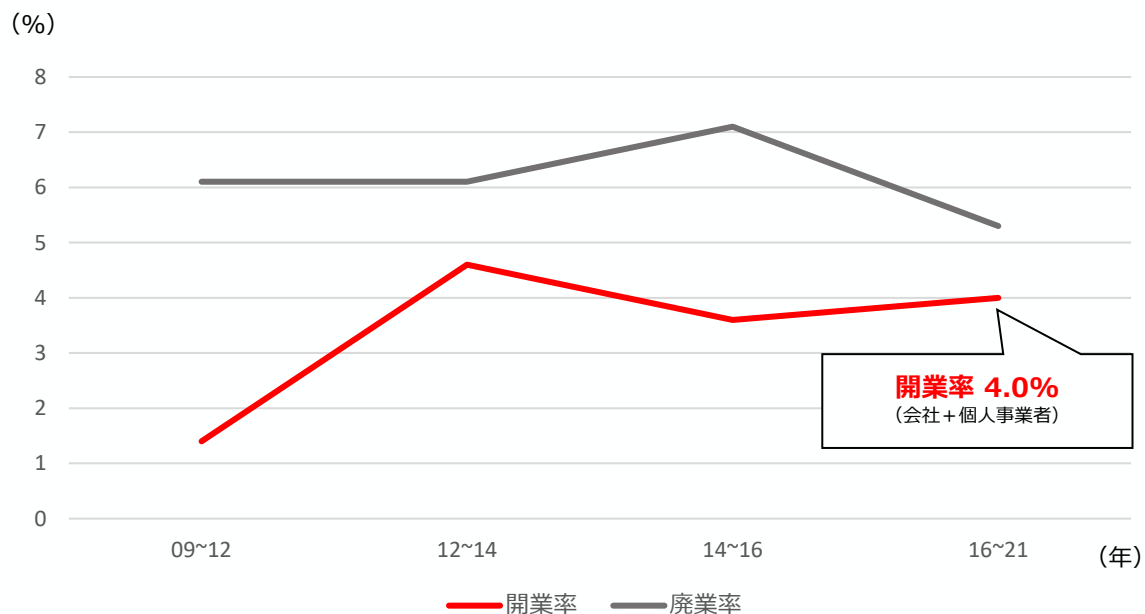
前年度末適用事業所数の推移（分母）



経済センサスに基づく開業率

- 現行の開業率の算出方法**（雇用保険事業統計を引用）とは算出方法が異なるが、**数カ年毎に実施される経済センサスを基に「会社+個人事業者」の開業事業者数を集計した場合、直近集計分の開業率は4.0%**（会社：5.9%、個人事業者2.5%）となる。

経済センサスを基にした開廃業率推移（非一次産業、民営）



(出典) 2025年版 中小企業白書 付属統計資料10表 を基にグラフを加工

(参考) 開業・廃業に関連する各統計等

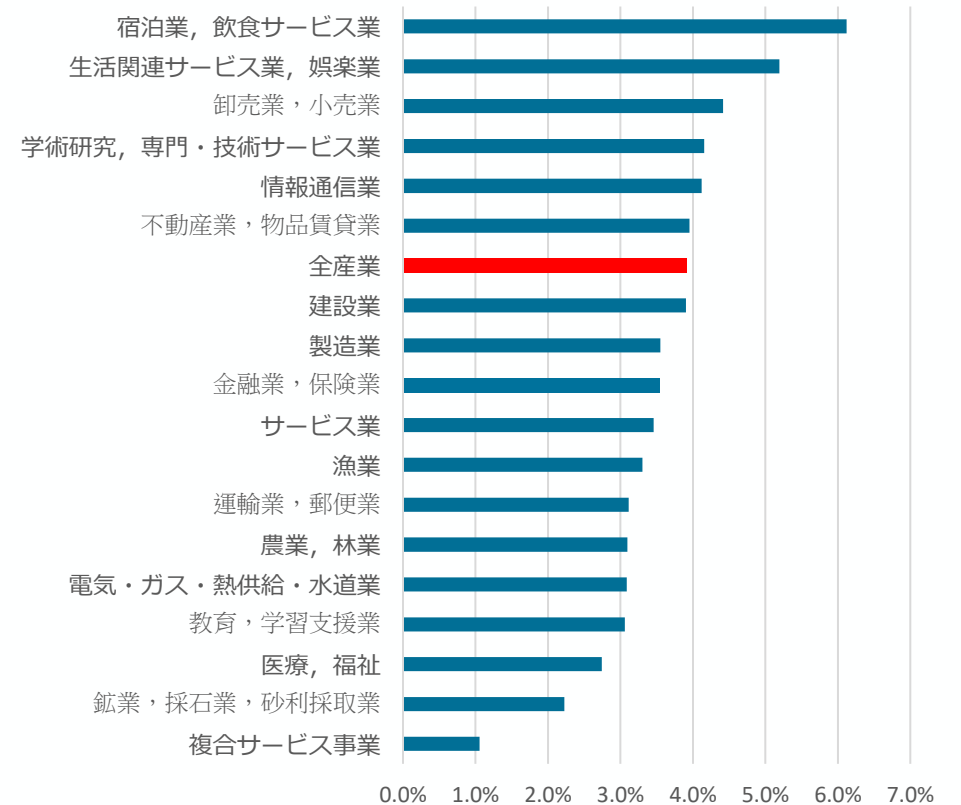
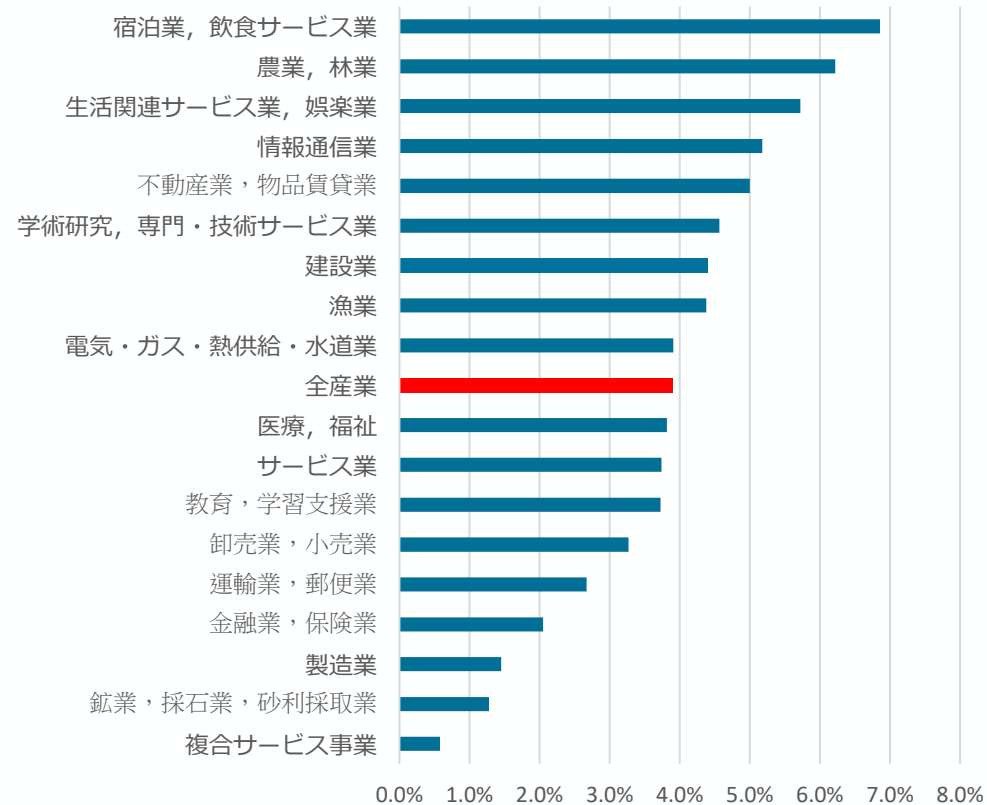
	対象	調査 間隔	個人事業者 の捕捉	課題
雇用保険事業年報	雇用保険の 適用事業所	毎年度	△	<ul style="list-style-type: none"> 雇用を伴う事業所に限定
経済センサス (基礎調査/活動 調査)	全ての事業 所及び企業	5年	○	<ul style="list-style-type: none"> 毎年度の集計が不可
登記統計 (商業・法人登記)	会社設立の 登記を行っ た法人	毎年	×	<ul style="list-style-type: none"> 休眠法人・ペーパーカンパニーが含まれる 法人に限られる
【参考】 開業・廃業等届出	新たに事業 所得等を得 る事業を開 始した人	×	○	<ul style="list-style-type: none"> 個人の納税情報の一部として取り扱われる行政記録であり、統計目的で整備されていない 法人は捕捉できない

業種別の開業率・廃業率（2023年度）

- **開業率・廃業率が高い業種**（事業所の入れ替わりが盛ん）は、**「宿泊業,飲食サービス業」、「生活関連サービス業,娯楽業」**。
一方、**低い業種**は、**「複合サービス事業」、「鉱業,採石業,砂利採取業」**。

<開業率>

<廃業率>



都道府県別の開業率・廃業率（2021～23年度平均）

- 都道府県別の開業率（直近3年平均）は、沖縄県、埼玉県、福岡県が高い。廃業率は、大阪府、高知県、山口県が高い。
- 直近の都道府県別の開業率と廃業率との間に、有意な相関関係は認められない。

都道府県別の開業率・廃業率（2021～23年度平均）

	開業率	廃業率		開業率	廃業率		開業率	廃業率
北海道	3.6%	3.5%	石川	3.3%	3.2%	岡山	3.7%	3.3%
青森	2.6%	3.5%	福井	2.8%	3.1%	広島	3.5%	3.0%
岩手	2.6%	3.1%	山梨	3.7%	2.7%	山口	3.4%	4.1%
宮城	3.4%	3.6%	長野	3.1%	2.9%	徳島	2.9%	3.3%
秋田	2.3%	3.2%	岐阜	3.7%	3.5%	香川	3.3%	3.1%
山形	2.6%	3.2%	静岡	3.6%	3.4%	愛媛	3.5%	3.2%
福島	3.2%	4.0%	愛知	4.8%	4.0%	高知	3.1%	4.2%
茨城	4.1%	3.3%	三重	4.2%	3.4%	福岡	4.8%	3.5%
栃木	3.7%	2.9%	滋賀	3.7%	3.3%	佐賀	3.7%	3.0%
群馬	3.7%	3.1%	京都	4.0%	3.2%	長崎	3.3%	3.6%
埼玉	4.8%	3.3%	大阪	4.4%	5.0%	熊本	4.1%	2.9%
千葉	4.7%	3.1%	兵庫	4.1%	3.2%	大分	3.6%	4.0%
東京	4.6%	3.3%	奈良	4.1%	3.1%	宮崎	3.7%	3.2%
神奈川	4.5%	3.2%	和歌山	3.2%	2.8%	鹿児島	3.6%	3.5%
新潟	2.6%	3.1%	鳥取	3.0%	3.0%	沖縄	6.0%	3.8%
富山	3.0%	2.8%	島根	2.7%	3.2%	全国計	4.1%	3.4%

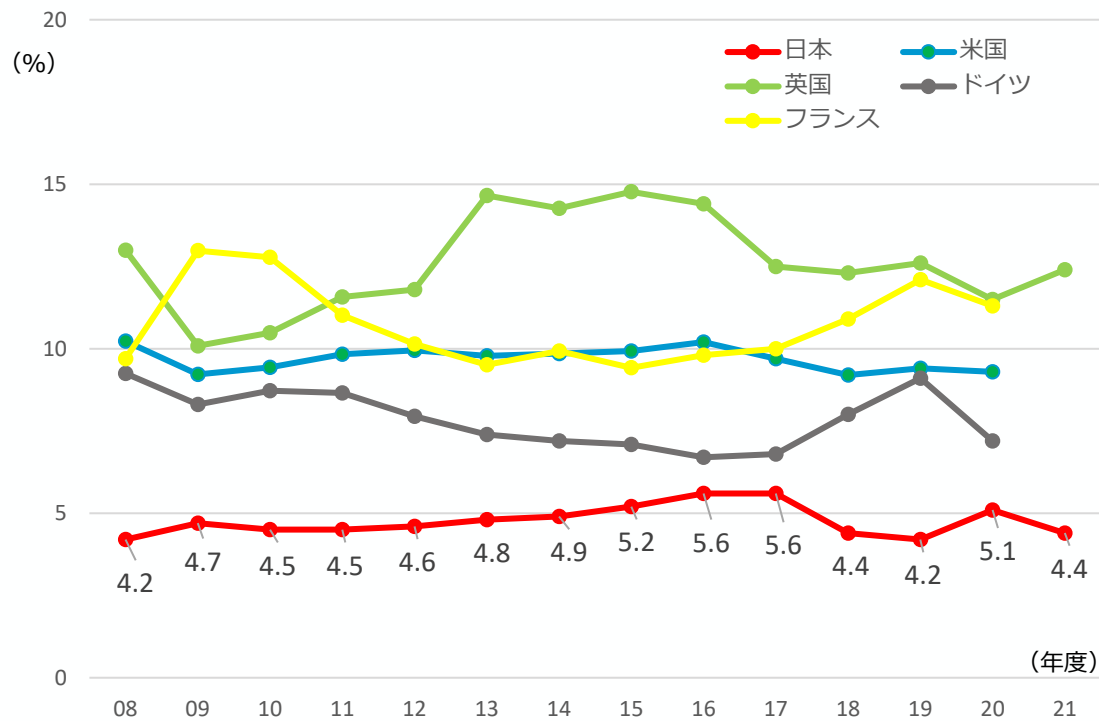
都道府県別の開業率・廃業率の散布図



開業率・企業生存率の国際比較

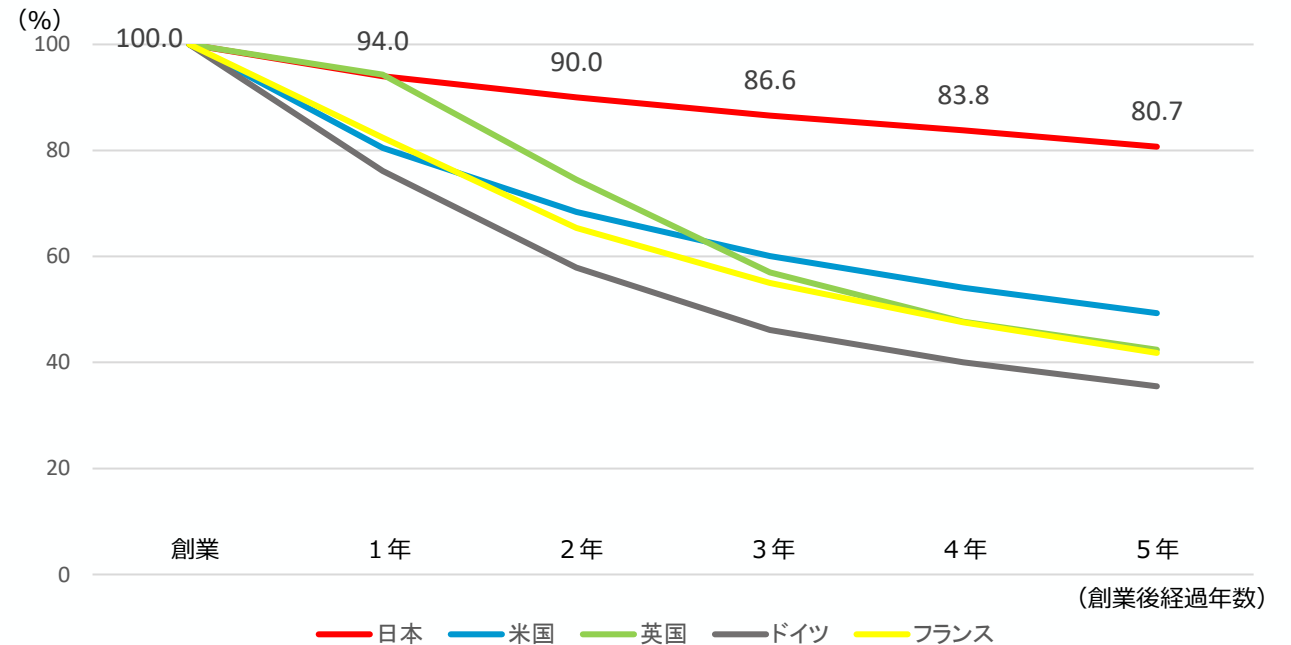
- 米国・英国・フランスの開業率は10%程度で推移しており、日本の開業率は諸外国と比較して低い水準にある。
- 他方で、日本の起業後5年の企業生存率は約80%と、諸外国と比較して高い水準にある。

開業率の国際比較



(出典) 以下の各統計を基に中小企業庁にて作成、国により統計やデータの性質が異なるため、単純比較はできないことに留意。
 日本：厚生労働省「雇用保険事業年報」(年度ベース) アメリカ：United States Census Bureau「The Business Dynamics Statistics」
 ドイツ、フランス：Eurostat イギリス：英国国家統計局「Business demography」

起業後の企業生存率の国際比較



(出典) 「令和4年度中小企業実態調査委託費(中小企業の新たな担い手の創出及び成長に向けたマネジメントと企業行動に関する調査研究報告書)」に掲載のデータを再編加工
 ※ 当該内容の出典元は次の通り。 日本：(株)帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」再編加工 米国：U.S.BUREAU of Labor Statistics
 英国：Office for National Statistics ドイツ、フランス：Eurostat
 ※ 日本の企業生存率はデータベースに企業情報が収録されている企業のみで集計。また、データベース収録までに一定の時間を要するため、実際の生存率よりも高めに算出されている可能性がある。諸外国の企業生存率は、2015年から2021年に起業した企業について平均値をとったもの。

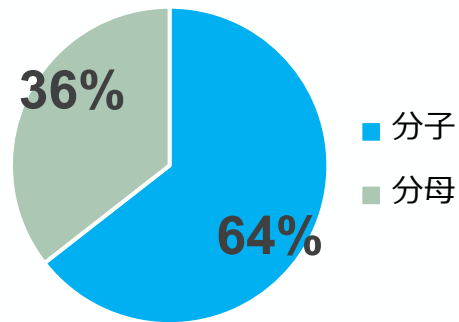
開業率の国際比較（分子・分母の寄与度）

- 日本の開業率の低さは、分子（創業数）が少ないことが最大の要因。
- 英国は分母（事業者数）が小さく、分子がより効きやすい。米国は分子が非常に大きい、分母も非常に大きいため、比率としての開業率は伸びにくい。

寄与割合（日本・米国の開業率の差）

- 創業数（分子）が日本の約7.7倍であり、分子寄与が最大要因（約65%）
- 事業者数（分母）が日本の約3.1倍であり、開業率を押し下げる要因（約35%）

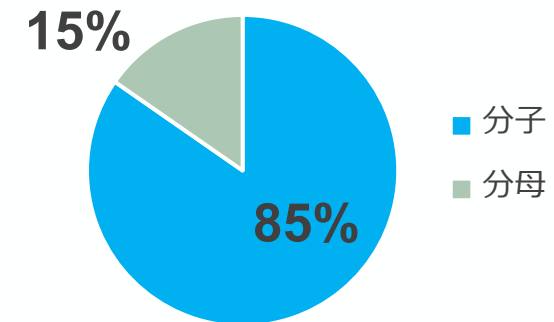
⇒ 日本と米国の差は「分子：分母 = 2：1」程度で、主因は創業数の不足



寄与割合（日本・英国の開業率の差）

- 創業数（分子）は日本の約3.6倍
- 事業者数（分母）は日本とほぼ同様（1.26倍程度）

⇒ 日本と英国の差の85%は創業数が要因（分母はほぼ影響なし）



（出典）以下の各統計を基に中小企業庁にて作成、国により統計やデータの性質が異なるため、単純比較はできないことに留意。

また、ここでいう「寄与度」とは、日本と米国・英国の開業率の差が、創業数（分子）と事業者数（分母）のどちらによって、どれだけ生じているかを割合で示したものを。

日本：厚生労働省「雇用保険事業年報」（年度ベース）

アメリカ：United States Census Bureau「The Business Dynamics Statistics」

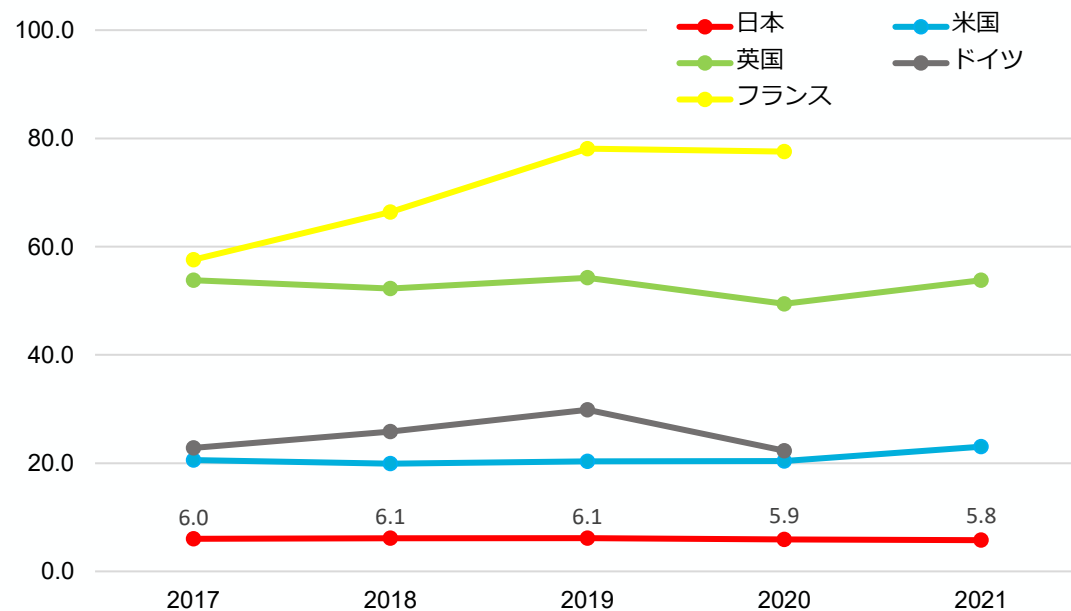
ドイツ、フランス：Eurostat

イギリス：英国国家統計局「Business demography」

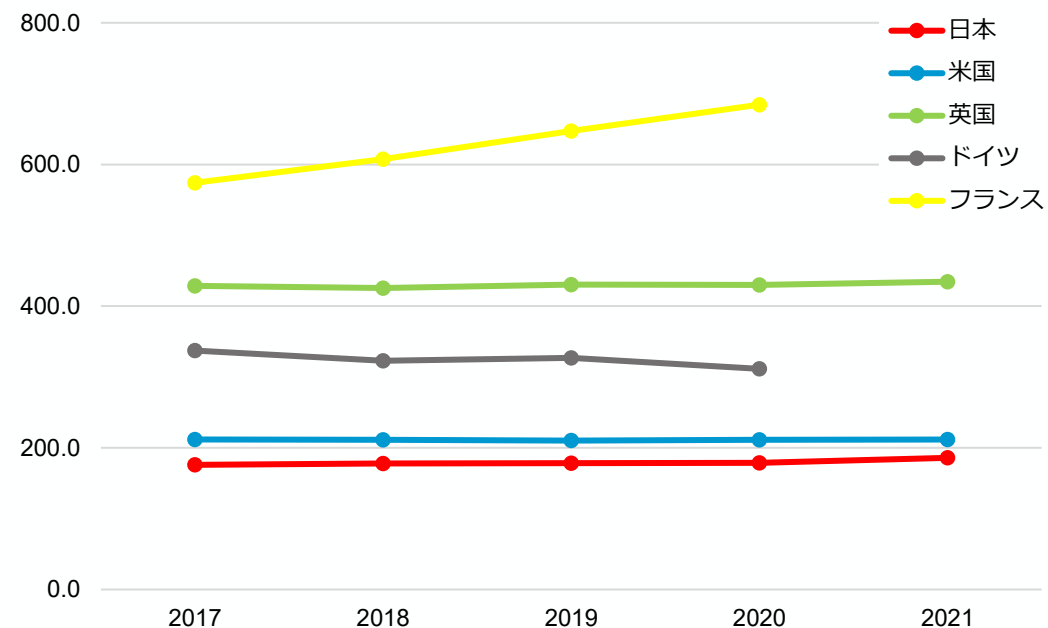
創業数と事業所総数の国際比較

- 創業数（開業率の分子）を人口あたりで各国比較をすると、日本は、各国と比較して相当程度低水準である。
- 事業所総数（開業率の分母）を人口あたりで各国比較をすると、日本は、各国と比較して少ない傾向にある。

人口1万人あたりの創業者数



人口1万人あたりの事業所（者）数



(出典) 以下の各統計を基に中小企業庁にて作成、国により統計やデータの性質が異なるため、単純比較はできないことに留意。

日本：厚生労働省「雇用保険事業年報」（年度ベース）

アメリカ：United States Census Bureau「The Business Dynamics Statistics」

ドイツ、フランス：Eurostat

イギリス：英国国家統計局「Business demography」

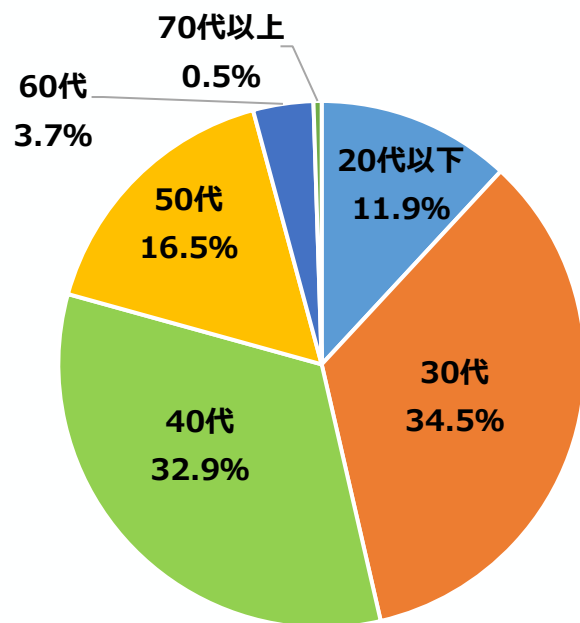
各国の開業率の算出方法

国名	資料名	開業の定義	算出方法	特徴等
日本	厚生労働省 「雇用保険事業年報」	当該年度に <u>雇用関係が新規に成立した事業所</u>	雇用関係が新規に成立した事業所数 / 前年度末の雇用保険適用事業所数	雇用関係の発生を起因とすることから、雇用保険の適用対象となる従業員1名以上の事業所を対象。このため、代表者1名のみ <small>の</small> 法人企業や雇用保険適用対象の <u>従業員を雇用していない事業所は対象外</u> 。
アメリカ	U.S. Small Business Administration 「The Small Business Economy」	新たに <u>従業員と雇用関係が成立した事業者</u>	新たに雇用が発生した雇用主数 / 前年末の雇用主数	給与支払い関係を起因とすることから、従業員1名以上の事業所を対象（既存企業の新設事業所も含む）。このため、 <u>従業員を雇用していない事業者は対象外</u> 。
イギリス	Office for National Statistics 「Business Demography」	新規に発生した <u>VAT（付加価値税）、及びPAYE（源泉所得税）登録企業</u>	新規に発生したVAT及びPAYE登録企業数 / 1月1日時点のVAT及びPAYE登録企業数	代表者1名のみ <small>の</small> 法人企業及び個人事業主のみ <small>の</small> 個人企業（business）を対象。
ドイツ	Statistisches Bundesamt 「Unternehmensgründungen, -schließungen: Deutschland, Jahre, Rechtsform, Wirtschaftszweige」	<u>開業届提出</u>	開業届提出数 / 1月1日時点の事業者数	従業員数0名も含む <u>全ての事業者が対象</u> 。
フランス	INSEE 「Taux de creation d'entreprises en」	<u>企業・事業所目録のデータベースに新たに登録</u>	開業者数 / 1月1日時点の事業者数	法人（personne morale）及び個人事業主（personne physique）の総数

創業者の属性について

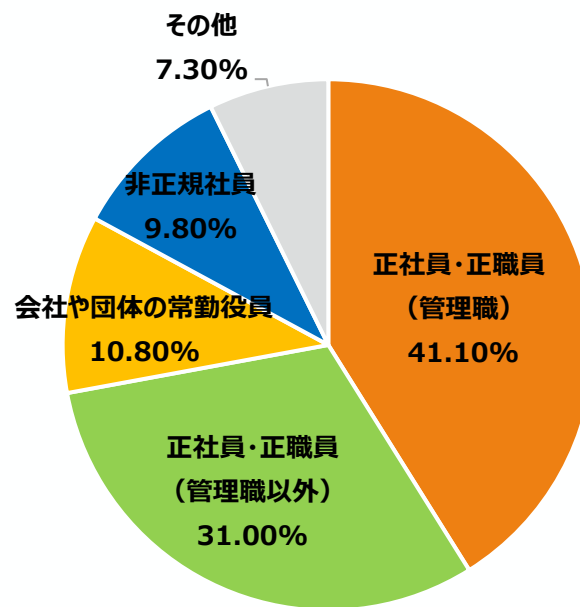
- 創業者の属性は30代・40代が過半を占めており、開業前に何らかの職務経験を有している者が大多数である。また、性別は男性が約8割となっている。
- 他方で、20代以下の若年層が起業する割合は、相対的に低い。

創業者の年代別割合（日本公庫創業融資先）



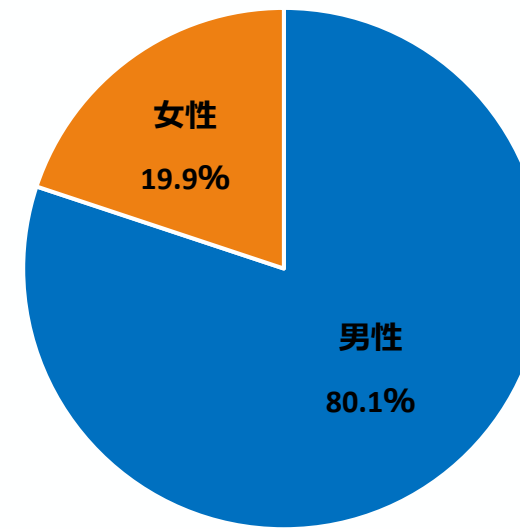
(出典) 日本政策金融公庫 令和6年度創業融資実績
https://www.jfc.go.jp/n/release/pdf/topics_250523b.pdf

開業者の職務経験



(出典) 日本政策金融公庫 総合研究所「2025年新規開業実態調査」
https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/kaigyoe_251205_1.pdf

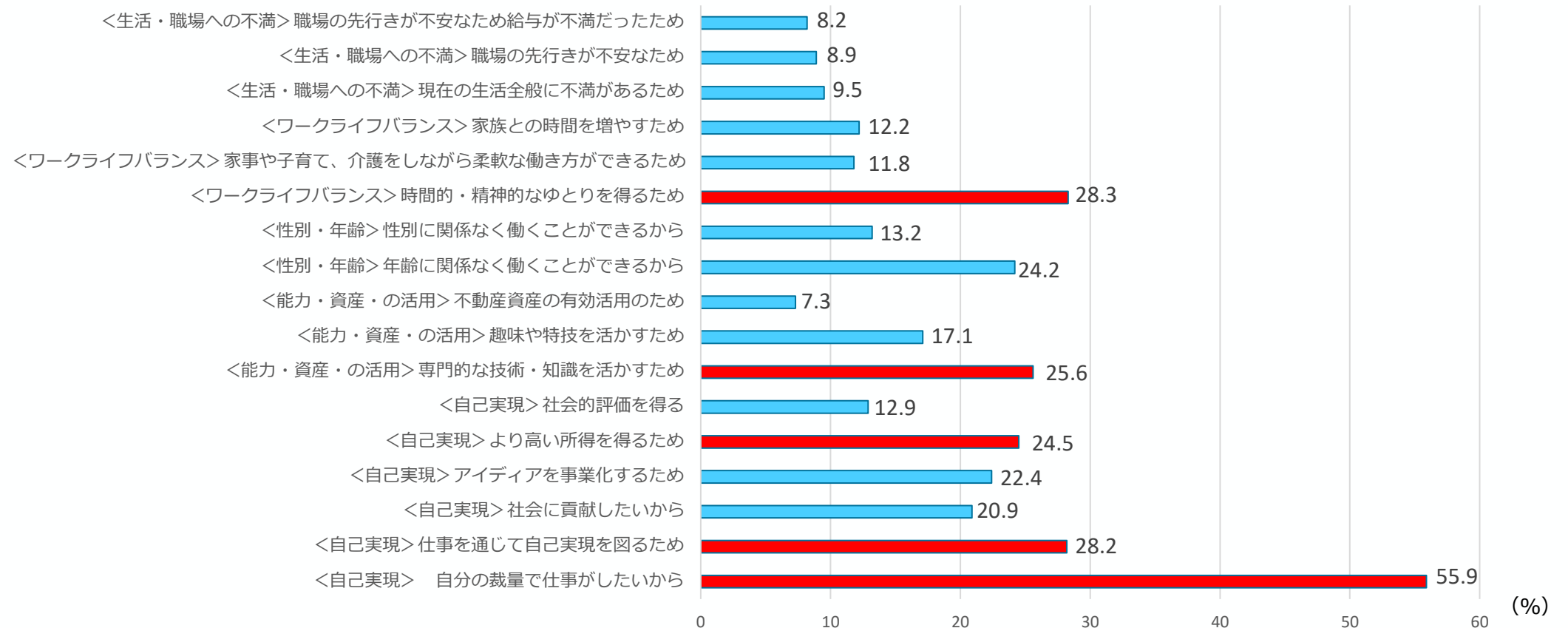
創業者の男女比



(出典) 日本政策金融公庫 総合研究所
https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/kigyoushiki_250120_1.pdf

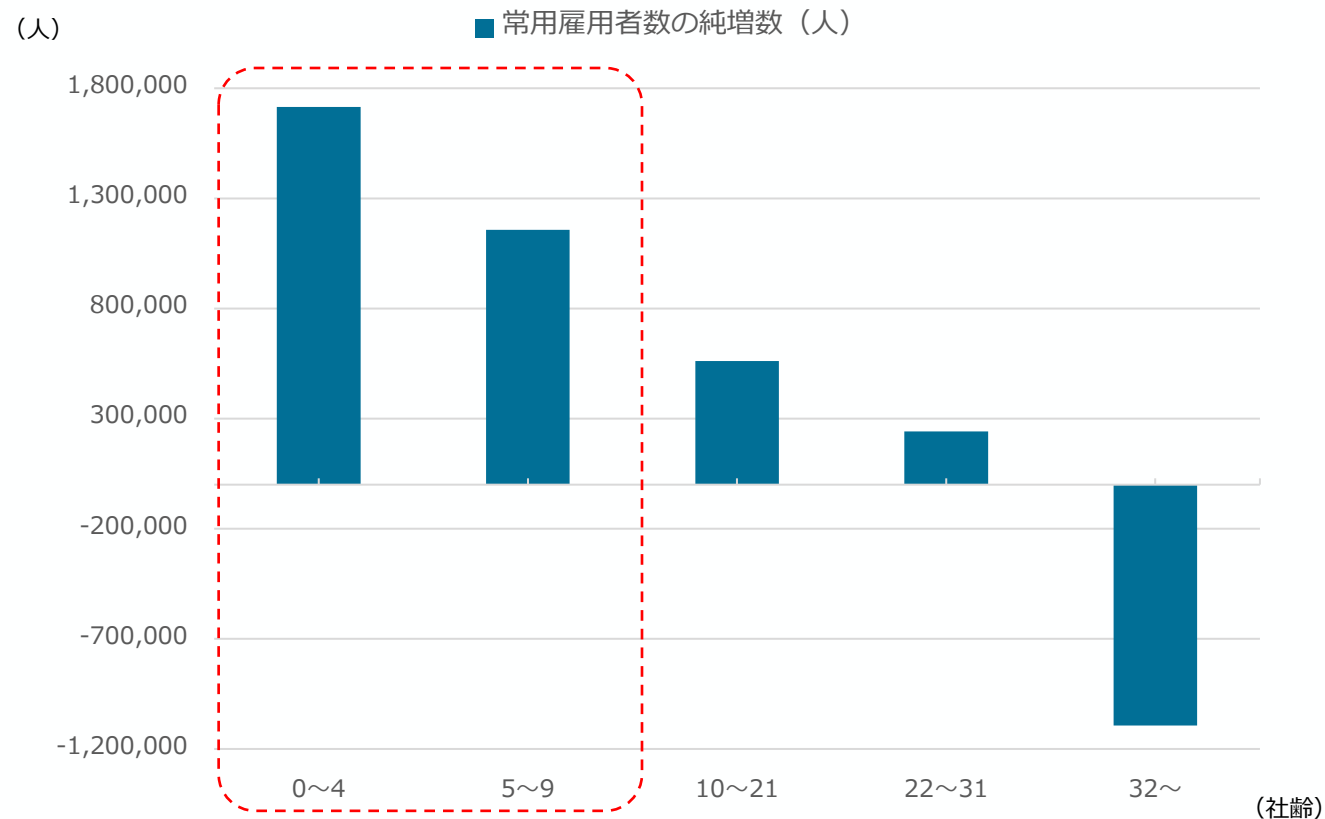
創業の動機について

- 創業を意識した理由・動機は「自分の裁量で仕事がしたい (55.9%)」、「仕事を通じて自己実現を図るため (28.2%)」といった自己実現に関する割合が高いほか、「専門的な技術・知識を活かすため (25.6%)」、「時間的・精神的ゆとりを得るため (28.3%)」といった項目も高い。



創業が雇用に与える影響（社齢別の常用雇用者純増数）

- 企業年齢が若いほど、常用雇用者純増数が大きく、多くの雇用を創出。雇用増大の観点から、創業を促す意義は大きいと考えられる。



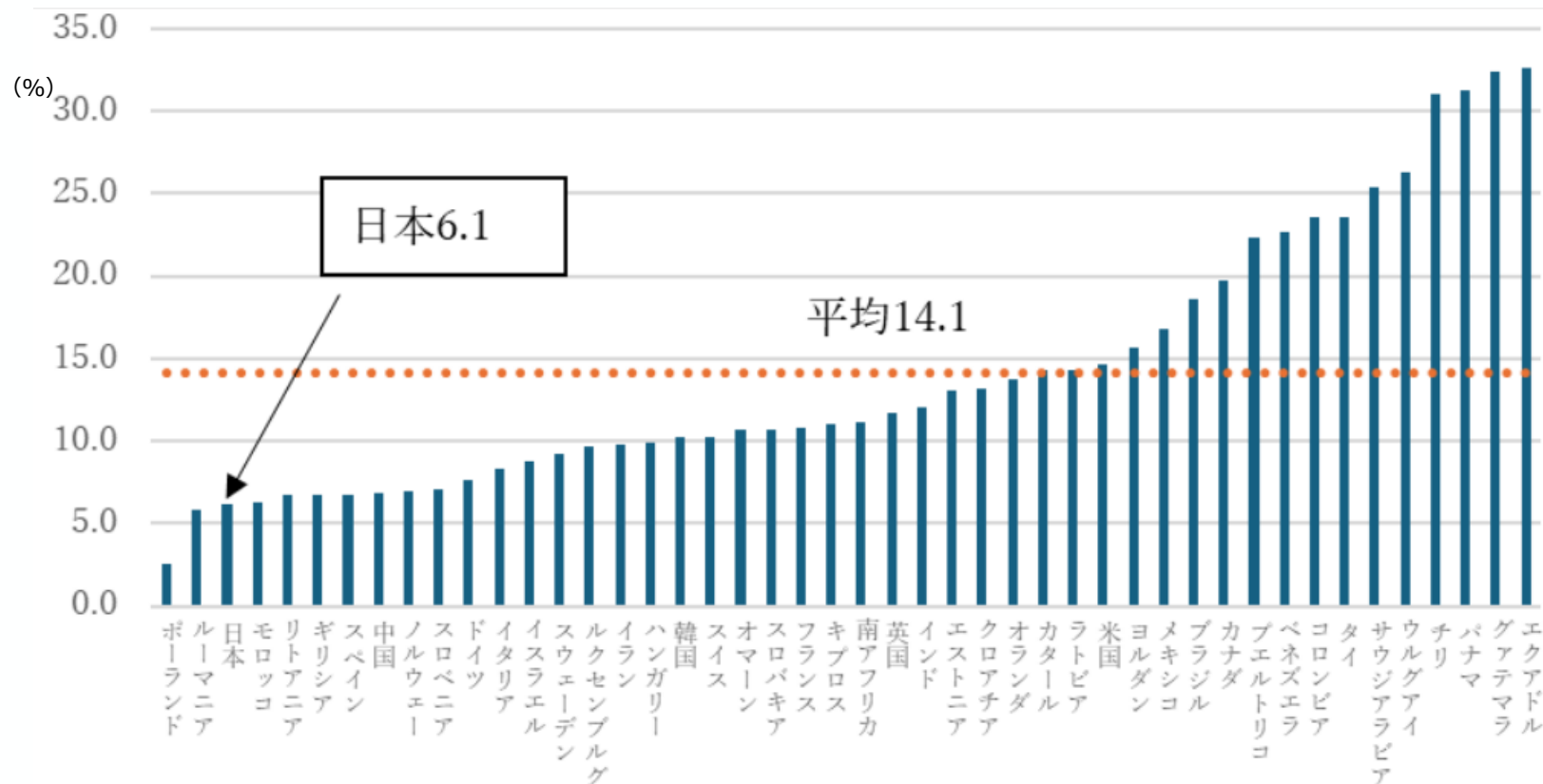
(出典) 総務省・経済産業省「平成24年、平成28年経済センサスー活動調査」再編加工

- 会社以外の法人及び農林漁業は除く。
- 事業所が複数ある企業の場合は、事業所開設時期が最も古い値を社齢とし、以降開設した事業所における雇用者数も集計している。
- 経済センサスの事業所開設時期は、「昭和59年以前」、「昭和60～平成6年」、「平成7～平成16年」、「平成17年以降」で調査されている。また、「平成17年以降」については、開設年の数値回答を用いて集計している。
- 社齢が3年以内の企業：事業所を移転した存続企業による雇用者数の増加が含まれている点に留意。社齢が4年の企業：「平成24年経済センサスー活動調査」で把握できなかった企業の雇用者数が含まれている点に留意。

起業活動指数 (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity : TEA)

- TEAは、Global Entrepreneurship Monitor (GEM) が開発した各国の起業活動の水準を比較するための尺度で、起業活動者(※)が成人人口に占める割合を示したもの。日本は6.1% (2023年) と、他国と比較して低い水準にある。

(※) 起業に向けた検討・準備を始める段階から、起業して3.5年経つまでの間の者を指す。



起業実現率・起業関心者の国際比較

- 日本の起業実現率（起業希望者に対する起業者の割合）は約4割と、諸外国との比較では高い水準にある。
- 他方で、起業希望者は諸外国と比べて低く、起業無関心者の割合が約8割弱と高水準にある状況。

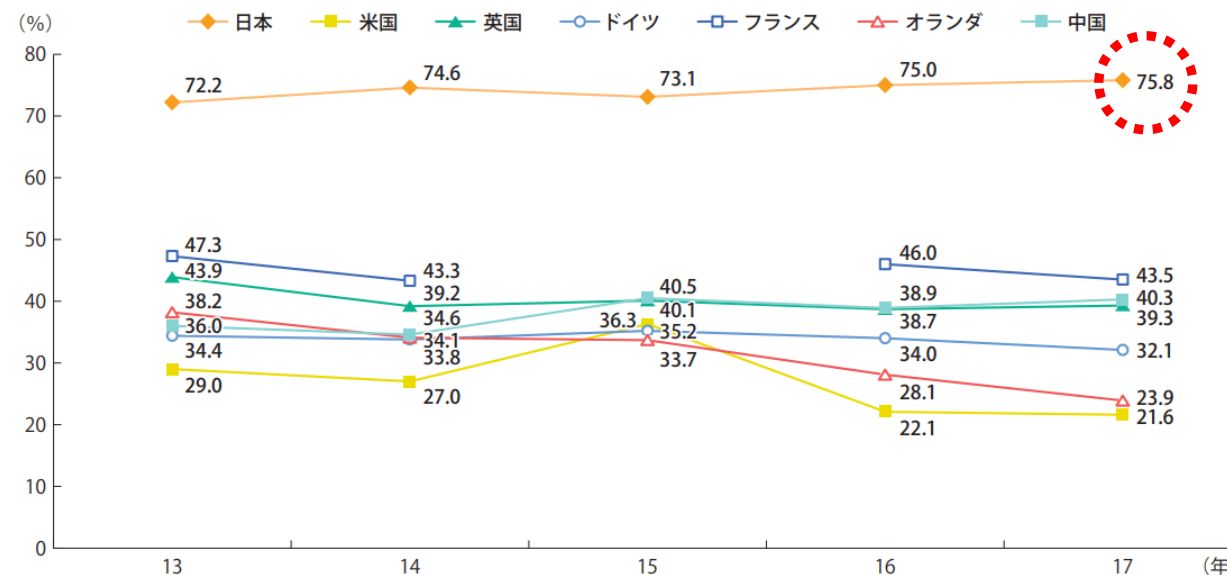
成人（18～64歳）に占める起業ステージ毎の割合

	①起業希望者	②起業準備者	③起業者	起業希望者に対する起業者の割合（③／①）
日本	3.8%	1.5%	1.5%	38%
米国	13.6%	6.9%	4.1%	30%
フランス	13.1%	3.1%	1.2%	9%
英国	7.5%	3.1%	3.0%	40%
ドイツ	7.3%	3.0%	2.0%	28%

（出典）鈴木正明（2013年5月）「日本の企業活動の特徴は何か」を再編加工
グローバル・アントレプレナーシップ・モニター調査

- ① 起業希望者：創業に関心があり創業したいと考えているが、現在具体的な準備を行っていない者
- ② 起業準備者：創業したいと考えており、現在創業に向けて具体的な準備を行っている者
- ③ 起業者：創業を実現した者

起業無関心者の割合推移



資料：「グローバル・アントレプレナーシップ・モニター（Global Entrepreneurship Monitor：GEM）調査」日本チーム再編加工
（注）1. ここでいう「起業無関心者」とは、「過去2年間に、新しく事業を始めた人を知っている」、「今後6か月以内に、自分が住む地域に起業に有利なチャンスが訪れる」、「新しいビジネスを始めるために必要な知識、能力、経験を持っている」の3つの質問すべてに「いいえ」と回答した人をいう。
2. 3つの質問について、「わからない」と回答した人、無回答の人を除いて集計している。
3. 国によって調査していない年がある。

創業無関心者の創業に対する認識（創業の阻害要因）

- 中小機構の調査によると、創業無関心者（※）の創業に対する認識として、「創業に要する金銭的コストが高い」「生活が不安定になることに不安」「創業にかかる手続きが複雑」「創業を職業の選択肢として認識する機会が少ない」ことが創業の阻害要因としてあげられる。

（※）本調査における「創業無関心者」の定義は、「現時点で創業したいと考えておらず、創業を将来の選択肢の一つとして考えていない」と回答した者

図-146 創業類型別：日本における創業の阻害要因

Q28S1 あなたが日本で「創業」を妨げている要因と考えるものがあれば、当てはまるものを全てお選び下さい。また、最も当てはまるものも1つお選び下さい。

	全体	創業を職業の選択肢として認識する機会が少ないため	創業者に対する社会的評価が低いため	創業者を育成するための教育制度が十分ではないため	経済が成熟化しており、新しい事業を始める機会が少ないため	創業に要する金銭的コストが高いため	創業にかかる手続きが複雑なため	個人保証の問題等、創業に失敗した際のセーフティネットが整備されていないため	雇用の流動性が少なく、失敗した時の再就職が難しいため	大企業への就職等、安定的な雇用を求め意識が高いため	創業した場合に、生活が不安定になることに不安を感じるため	その他	特に無し
[当てはまるもの（いくつでも）]													
全体	(5726)	1256	494	1182	600	2143	1593	969	894	1045	1946	50	1555
創業類型		21.9	8.6	20.6	10.5	37.4	27.8	16.9	15.6	18.3	34.6	0.9	27.2
創業無関心者	(2604)	452	135	329	173	697	489	278	301	364	679	11	1138
潜在的創業希望者	(3122)	17.4	5.2	12.6	6.6	26.8	18.8	10.7	11.6	14.0	26.1	0.4	43.7
		25.8	11.5	27.3	13.5	46.3	35.4	22.1	19.0	21.8	40.6	1.2	13.4
[最も当てはまるもの（ひとつだけ）]													
全体	(5726)	487	126	329	183	849	273	267	189	329	1102	37	1555
創業類型		8.5	2.2	5.7	3.2	14.8	4.8	4.7	3.3	5.7	19.2	0.6	27.2
創業無関心者	(2604)	210	32	96	64	275	84	78	68	150	400	9	1138
潜在的創業希望者	(3122)	8.1	1.2	3.7	2.5	10.6	3.2	3.0	2.6	5.8	15.4	0.3	43.7
		8.9	3.0	7.5	3.8	18.4	6.1	6.1	3.9	5.7	22.5	0.9	13.4

起業家教育の経験時期

- 創業無関心者は、起業家教育を受けた経験がない場合がほとんどであることに對し、創業者や創業高関心者などは、受けた経験がある比率が高くなっており、**起業家教育の経験が、実際の創業や、創業への関心喚起に一定の役割を果たしている**と考えられる。
- また、早期に起業家教育を受けた経験がある人ほど、実際の創業に繋がっている。

経験時期（属性別）

	全体	小学校以前	中学校	高等学校 (浪人含む)	高等専門学校・専門学校	短期大学・大学	大学院	最終学歴以降	経験がない
	(120000)	1307	2744	3976	2143	6601	710	6345	96174
		1.1	2.3	3.3	1.8	5.5	0.6	5.3	80.1
創業無関心者	(81562)	280	839	1658	916	3175	226	2404	72064
		0.3	1.0	2.0	1.1	3.9	0.3	2.9	88.4
潜在的創業希望者	(15563)	114	362	655	295	1241	105	1101	11690
		0.7	2.3	4.2	1.9	8.0	0.7	7.1	75.1
創業高関心者	(8412)	134	339	513	287	828	100	1008	5203
		1.6	4.0	6.1	3.4	9.8	1.2	12.0	61.9
創業前中断者	(1794)	62	100	159	74	190	30	250	949
		3.5	5.6	7.7	4.1	10.6	1.7	13.9	52.9
創業後中断者	(3290)	138	327	336	155	326	73	392	1493
		5.7	9.9	10.2	4.7	9.9	2.2	11.9	45.4
創業者	(3057)	153	256	240	159	284	68	454	1443
		5.0	8.4	7.9	5.2	9.3	2.2	14.9	47.2
経営者（10年未満の創業者除く）	(6322)	176	521	435	257	557	108	736	3332
		5.9	8.2	6.9	4.1	8.8	1.7	11.6	52.7

経験時期（内容別）

単一回答マトリクス

	全体	1 小学校以前	2 中学校	3 高等学校 (浪人含む)	4 高等専門学校・専門学校	5 短期大学・大学	6 大学院	7 最終学歴以降	8 経験がない
1 経営に関する授業・セミナー	(120000)	1307	2744	3976	2143	6601	710	6345	96174
		1.1	2.3	3.3	1.8	5.5	0.6	5.3	80.1
2 起業家等による講演会や交流会への参加	(120000)	668	1679	2787	1906	3082	725	5751	103402
		0.6	1.4	2.3	1.6	2.6	0.6	4.8	86.2
3 模擬店の出店、模擬会社設立等の体験	(120000)	1265	2112	8009	2660	5567	642	3024	96721
		1.1	1.8	6.7	2.2	4.6	0.5	2.5	80.6
4 企業・商店における職場体験	(120000)	2605	12900	6084	2965	5080	736	4464	85166
		2.2	10.8	5.1	2.5	4.2	0.6	3.7	71.0
5 企業インターンシップへの参加	(120000)	773	2079	3707	2843	8355	1247	1551	99445
		0.6	1.7	3.1	2.4	7.0	1.0	1.3	82.9
6 事業アイデアの検討、ビジネスプランの作成、ビジネスコンテストへの参加	(120000)	1058	1486	2114	1418	2369	645	3517	107393
		0.9	1.2	1.8	1.2	2.0	0.5	2.9	89.5

起業家教育の経験と創業を考えるきっかけ作り

- 「授業・セミナー」「講演会・交流会」などの座学形式の内容より、「企業・商店における職場体験」や「企業インターンシップへの参加」など実践的な内容の方が、「創業を考えるきっかけになった」と回答する割合が高い。

各種起業家教育の経験・評価、関心

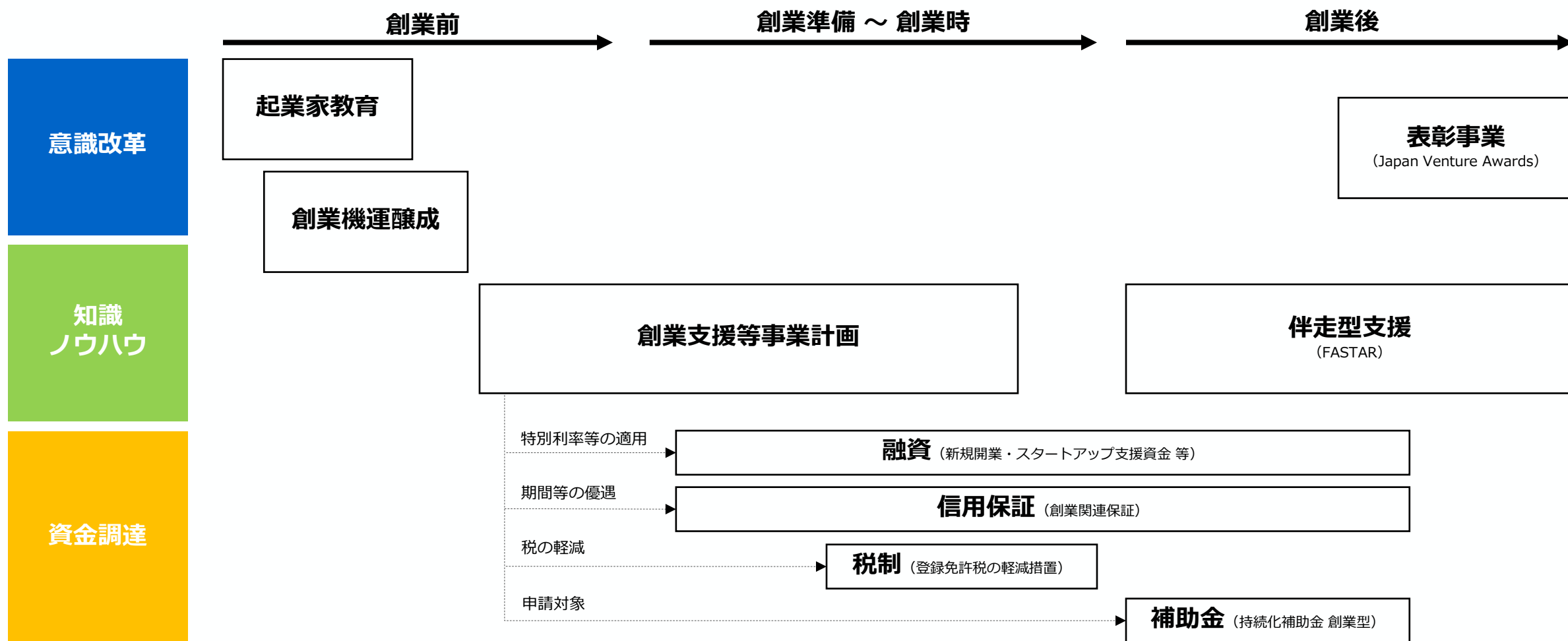
単一回答マトリクス

		1	2	3	4
全体		経験があり、創業を考えるきっかけになった	経験はあるが、創業を考えるきっかけにならなかった	経験はないが、関心はある	経験はなく、関心もない
1	経営に関する授業・セミナー	(120000) 5781 4.8	18045 15.0	14475 12.1	81699 68.1
2	起業家等による講演会や交流会への参加	(120000) 5513 4.6	11085 9.2	13487 11.2	89915 74.9
3	模擬店の出店、模擬会社設立等の体験	(120000) 6453 5.4	16826 14.0	10607 8.8	86114 71.8
4	企業・商店における職場体験	(120000) 9363 7.8	25471 21.2	10724 8.9	74442 62.0
5	企業インターンシップへの参加	(120000) 6626 5.5	13929 11.6	11443 9.5	88002 73.3
6	事業アイデアの検討、ビジネスプランの作成、ビジネスコンテストへの参加	(120000) 5713 4.8	6894 5.7	12713 10.6	94680 78.9
7	答えのない問いに対して時間をかけて探究していく活動	(120000) 10157 8.5	16266 13.6	27628 23.0	65949 55.0

1. 創業を取り巻く実態
- 2. 中小企業庁の創業関連施策**
3. 地域の事例
4. 創業まもない事業者へのアンケート調査結果

施策の全体像

- 開業率10%というKPI達成に向けて、主に3つの観点（意識改革、知識・ノウハウ、資金調達）で、これまで施策を講じてきた。



起業家教育事業

- 起業家に必要とされるマインドと資質・能力を有する人材を育成し、将来創業者となる人材を輩出するための若年層向け起業家教育を推進。起業家による講演を通じた興味・関心を持つきっかけづくりから、成果物のアウトプットによる次のステップへの導線の用意まで、一気通貫で支援。
- また、高等学校などでの起業家教育実施の普及を目的として、「起業家教育の標準的カリキュラム」を整備。

1. 出前授業支援

(興味・関心の向上)

● 起業家等による講演などを実施する教育機関を支援

教育機関が起業家教育を実施する際に、出前授業や講演等に登壇する起業家（経営者等）を招聘。その際の費用を支援する。



2. 起業家教育プログラム実施支援

(集中的な学習機会)

● 中長時間のプログラムを実施する教育機関を支援

教育機関が起業家教育プログラムを実施するため、「標準的カリキュラム実践のためのマニュアル」を基に行う授業に対し、講師や起業家の招聘等を実施。その際の費用を支援する。



3. アウトプットの機会提供

(成功体験の獲得による次ステップへの導線)

● 作成したビジネスプランについて発表、アドバイスを受ける機会を提供

起業家教育プログラムの実施により作成したビジネスプランをアウトプットする環境を整備。作成したプランについてアドバイスを受け、同じ起業家教育に取り組む高校生との交流の場とすることで、モチベーション向上を図る。



起業家教育事業

- 出前授業支援は延べ約21,000人、起業家教育プログラム支援は延べ約5,000人の参加があった。
- 実際の参加者からは、「起業が選択肢の1つになった（生徒）」という起業への興味関心だけでなく、「自分の地域について新たな発見があった（生徒）」や「未来を生きる生徒達のヒントになった（教員）」など、地域や自分自身について考えるきっかけにも繋がったとの声が寄せられた。

出前授業支援の実績と生声

(2020~2025年度)

実施校 : 計 323校
参加人数 : 計 21,230人

- 僕は今回の講義で多くのことを学びましたが、その中で1番自分に残ったことは、今のうちからあらゆる経験と知識と身につけておくことが大切ということです。興味を持っていることを大切に、この先なにがあるか分からない人生を豊かなものにしたいと思いました。（生徒）
- 選択肢の一つとして起業という道を考えるのも良いと感じた。今後やりたいことがあれば、自分から取り組めるようになりたいと思いました。（生徒）
- 起業家のお話しが壮大なストーリーではなく、目の前で苦しむ方（自分が許せない事象）を助ける内容であることが、話を聞いた生徒には非常に響いていた。（教員）

起業家教育プログラム支援の実績と生声

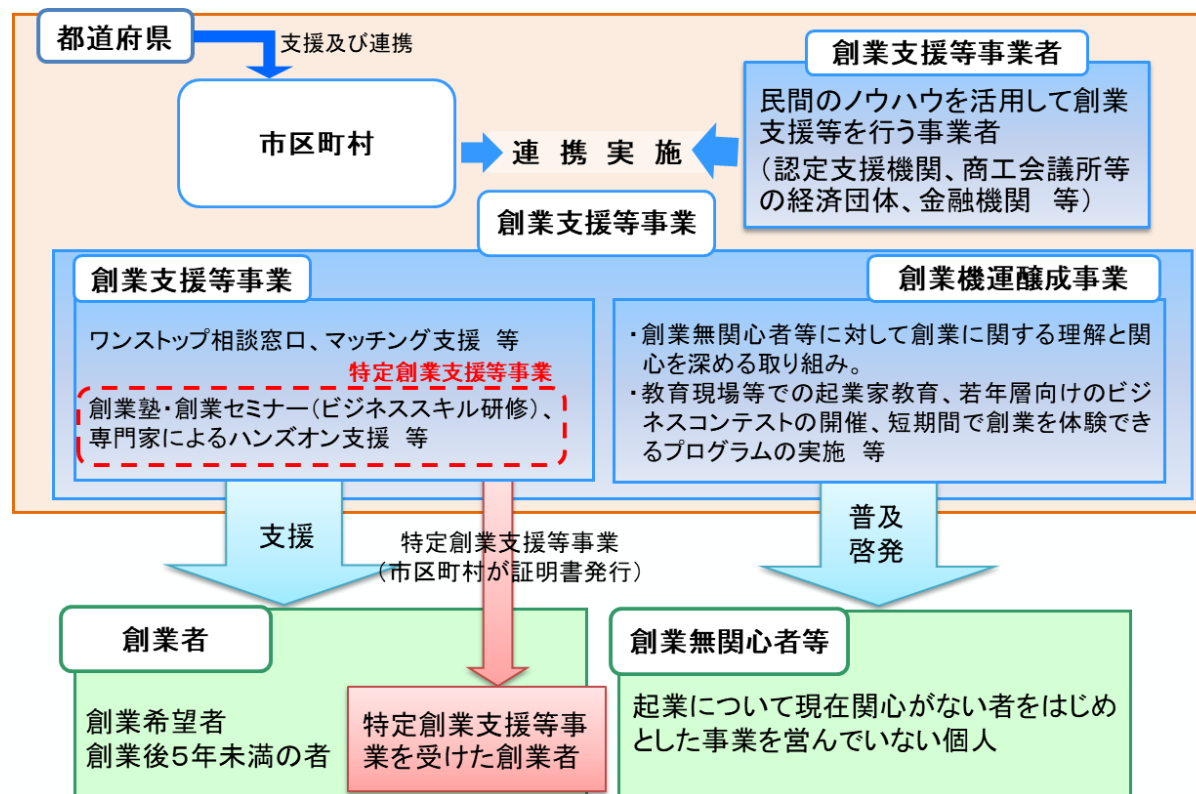
(2018~2025年度)

実施校 : 計 110校
参加人数 : 計 4,785人

- 起業家は、自分とかけ離れた存在だと思っていたが、身の回りにある課題を解決する1つに起業という選択肢があると知ったことで、考え方が変わった。（生徒）
- 地域の課題に着目したことで、自分の地域について新たに知ることができたのは非常に良かった。また、そこから今後どのように取り組んでいくべきかを考える必要があることにも気づいた。（生徒）
- 単にビジネスプランを作成するだけでなく、社会情勢や社会の仕組みも学ばせていただいた。また、プロトタイプづくりでは、自分達の発想をグループで試行錯誤しながら落とし込んでいくという普段の授業ではできない体験ができ、未来を生きる生徒達のヒントとになったと思う。（教員）

産業競争力強化法に基づく創業支援

- 地域における創業促進のため、産業競争力強化法に基づき、市区町村が民間の創業支援事業者と連携して創業支援を実施する「創業支援等事業計画」を国が認定する制度を2014年より開始。特定創業支援等事業に位置付けられた創業塾・創業セミナーなどでは、創業期に必要な「経営・財務・人材育成・販路開拓」の知識を身に付けられる。
- 認定市区町村は 1,555 に達し、人口カバー率は 99%（2025年12月末時点）。



特定創業支援等事業を受けるメリット

- 「特定創業支援等事業（創業塾や創業セミナー等）」を受けた者は、市区町村が発行する証明書を受け取ることで、**法人設立時の登録免許税の軽減や、日本政策金融公庫の融資制度での優遇など**といった措置が適用される。



(1) 登録免許税の軽減措置

設立形態	通常の税率	軽減措置適応の税率
株式会社	資本金の額×0.7% ※15万円に満たないときは、1件につき15万円	資本金の額×0.35% ※7.5万円に満たないときは、1件につき7.5万円
合同会社	資本金の額×0.7% ※6万円に満たないときは、1件につき6万円	資本金の額×0.35% ※3万円に満たないときは、1件につき3万円

(2) 創業関連保証特例活用時の優遇

信用保証協会の創業関連保証（※）について、**事業開始6か月前**（通常2か月前）から利用対象になる。その他、市区町村によっては、**保証料の一部補助**を実施。

（※）保証限度額3,500万円、1か月以内に個人開業又は、2か月以内に法人設立し事業開始～5年未満の者等の事業に必要な資金を支援。

(3) 日本政策金融公庫の融資制度での優遇

新規開業・スタートアップ支援資金（※）について、特定創業支援等事業を受けて新たに事業を始める方は、**特別利率（基本金利▲0.40%）**が適用される。

（※）融資限度額7,200万円、新たに事業を開始する者または事業開始後7年以内の者の事業に必要な資金を支援。

(4) 持続化補助金＜創業型＞の申請対象

創業後1年以内の小規模事業者の販路開拓等の取組を支援する持続化補助金＜創業型＞

（※）の申請対象になる。

（※）補助上限：200万円、補助率2/3、

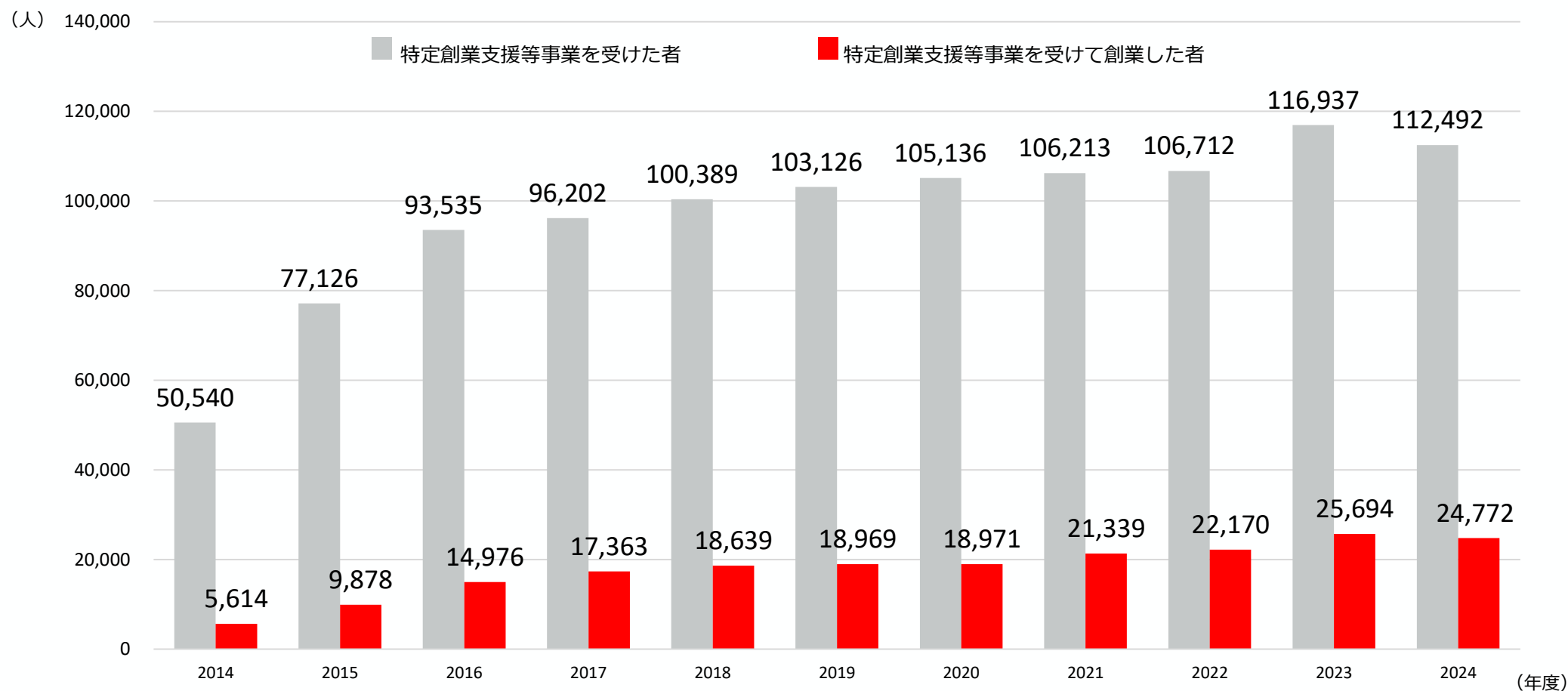
対象者：特定創業支援等事業による支援を受けた日及び開業日が公募締切時から起算して過去1か年の事業者。なお、創業後、事業開始前の事業者も対象。

(5) 自治体ごとのサポート

市区町村によっては、補助金や融資等、さらなる支援施策を設けている。

創業支援等事業計画による支援実績

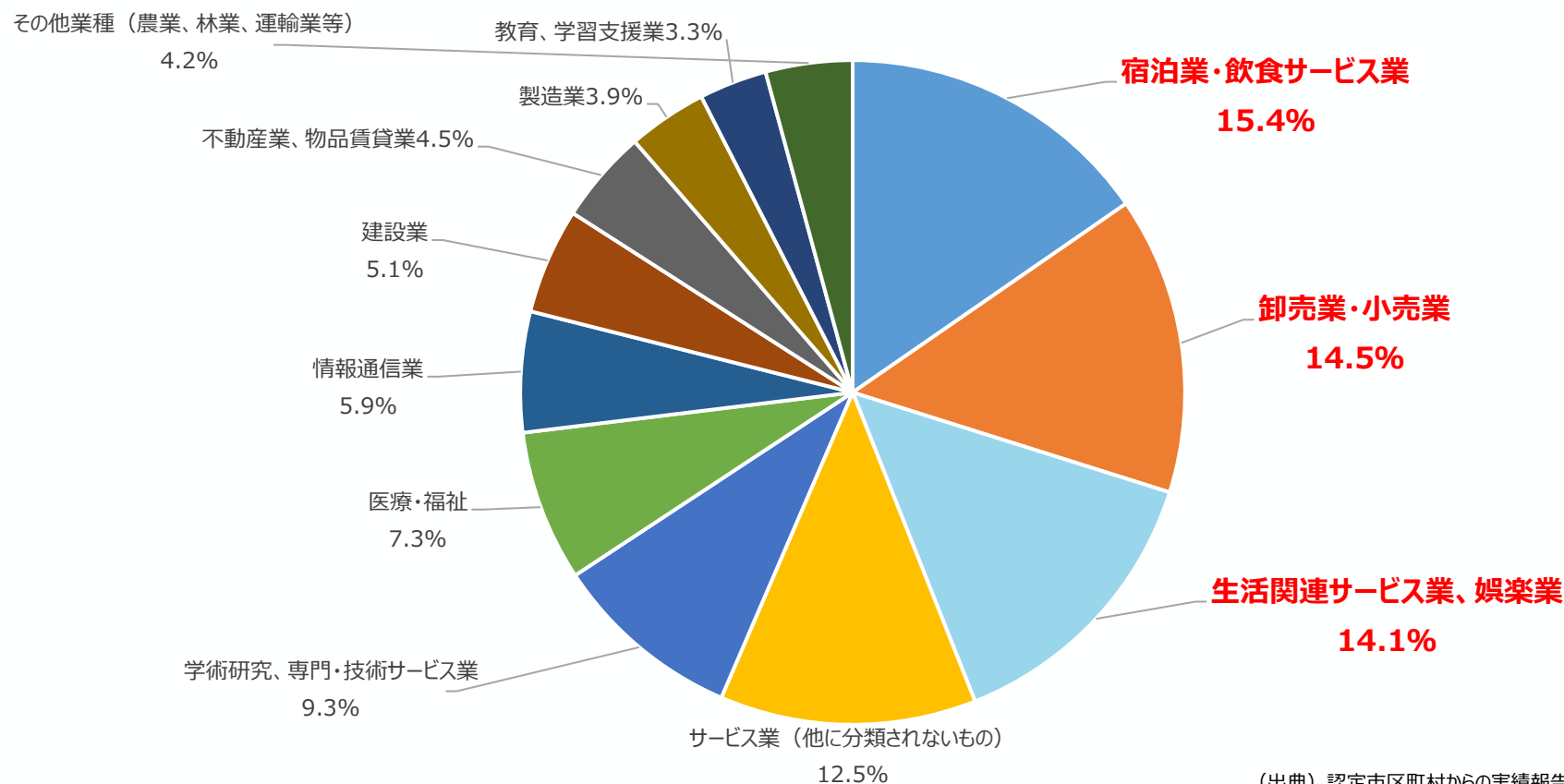
- 特定創業支援等事業を通じて「経営・財務・人材育成・販路開拓」の知識を習得し、**創業した者は、制度開始以降、累計約20万人に達している。**



特定創業支援等事業の証明を受けた創業者の業種分布

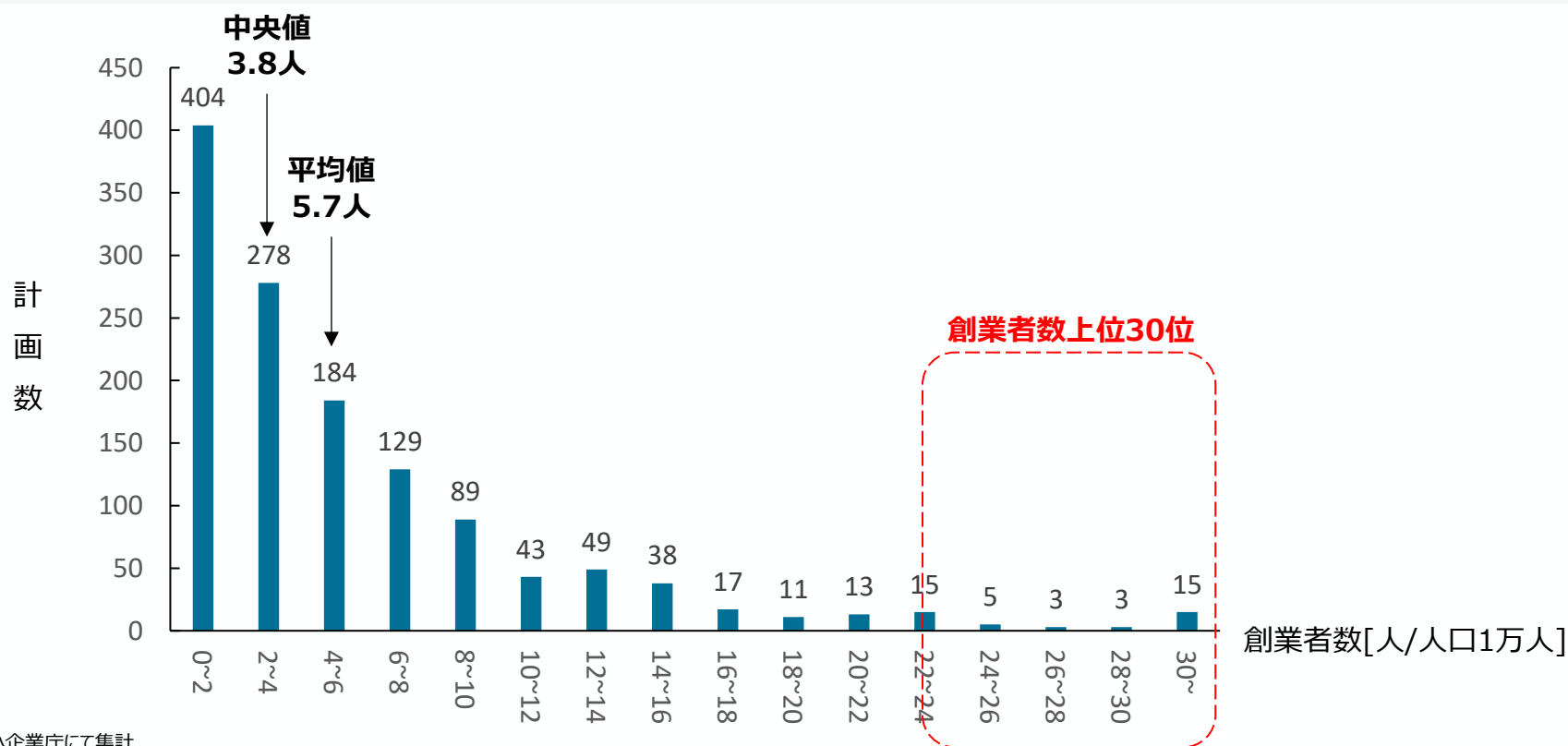
- 特定創業支援等事業の証明を受けた創業者の業種は、宿泊・飲食・小売業など、第3次産業の業種割合が高い。

直近3ヶ年の特定創業支援等事業の証明を受けた創業者の業種分布



創業支援等事業計画に基づく創業者数

- 2022~2024年度に実績報告のあった1,296の創業支援等事業計画を対象に、2022~24年度の3年間に特定創業支援等事業を受けて創業した者を、人口1万人あたりに換算して比較。
- 創業者数の平均値は5.7人（年間1.9人）、中央値は3.8人（年間1.3人）。上位30位（全体の0.23%）の計画では、創業者数が23.3人（年間7.8人）以上**となっている。



創業活発地域における認定連携創業支援等事業者

- 「創業が活発的な地域」(※1)と「一般的な地域」(※1)を対象に、創業支援等事業計画における「認定連携創業支援等事業者」(※2)の数や、その内訳を比較。
- 創業が活発な地域**では、約2倍の数の認定連携創業支援等事業者が計画に位置づけられており、**多様なプレイヤーが創業支援に取り組んでいる**ことが分かる。特に、**産業支援機関や金融機関が含まれている割合が高く、これらのプレイヤーが主体的に創業支援に携わることが、創業者数の増加に寄与していると考えられる。**

	認定連携創業支援等事業者数(※3) (平均)	認定連携創業支援等事業者に各主体が含まれている割合				
		①商工団体等	②産業支援機関	③金融機関	④株式会社等	⑤その他
創業が活発な地域 (n=30)	6.63	100%	63%	63%	23%	33%
一般的な地域 (n=20)	3.35	100%	40%	45%	10%	30%

(※1) 2022~2024年度に実績報告のあった1,296の創業支援等事業計画を対象に、2022~24年度の3年間に特定創業支援等事業を受けて創業した者を人口1万人あたりに換算して比較し、創業者数が上位30位(23.3人以上)の地域を「創業が活発な地域」、創業者数が全体の中央値付近(3.7~3.9人)の地域を「一般的な地域」と定義。なお、複数の自治体による連携計画も存在するため、「自治体」ではなく「地域」としている。

(※2) 創業支援等事業計画において、市町村と連携して、同計画に掲げる創業支援等事業を実施する者として位置付けられている事業者のこと。

(※3) 複数の自治体による連携計画においては、当該自治体内の各商工団体がすべて参画しているが、全体で1カウントとしている。

人口規模別の創業者数

- 前出の「創業が活発な地域」を人口規模別で比較すると、特定の層に偏りは認められない。
- また、創業支援等計画を策定している全自治体（地域）と比較しても、人口規模別の計画数で大きな相違は認められないことから、「市区町村の人口規模」と「創業の活発度合い」は無関係であると考えられる。

人口規模	創業が活発な地域		全自治体（地域）	
	計画数	比率	計画数	比率
1万人未満	9	30%	215	17%
1～10万人	15	50%	791	61%
10万人以上	6	20%	290	22%
合計	30	100%	1,296	100%

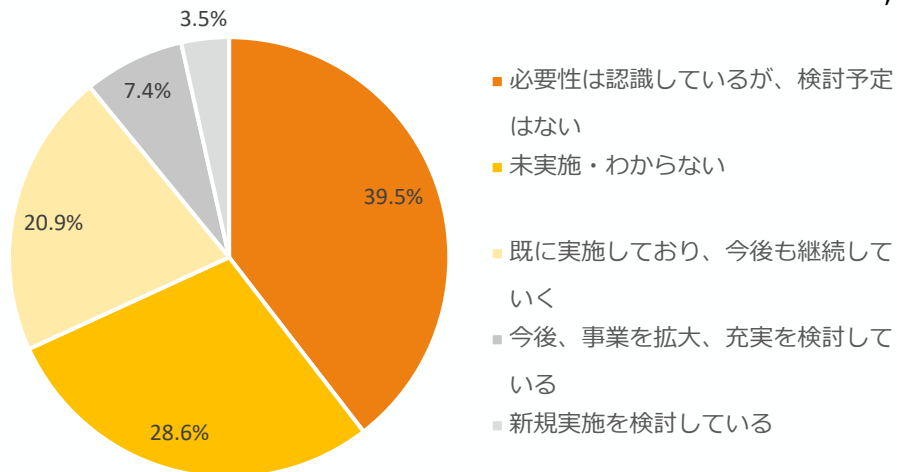
（出典）2022～2024年度に実績報告のあった1,296の創業支援等事業計画を対象に、2022～24年度の3年間に特定創業支援等事業を受けて創業した者を人口1万人あたりに換算して比較し、創業者数が上位30位（23.3人以上）の地域を「創業が活発な地域」と定義。中小企業庁にて集計、表作成。

市区町村における機運醸成事業の実施状況

- 創業支援等事業計画の実績報告によると、機運醸成事業の必要性を認識している自治体は約7割にのぼるが、実際に実施している自治体は約4割にとどまっている。
- 実施している内容としては、セミナーのほか、起業家教育・キャリア教育、各種イベントなどとなっている。
- 他方で、実施していない理由としては、「予算・人材の確保」「人的リソース不足」「効果検証ができないこと」などが挙げられる。

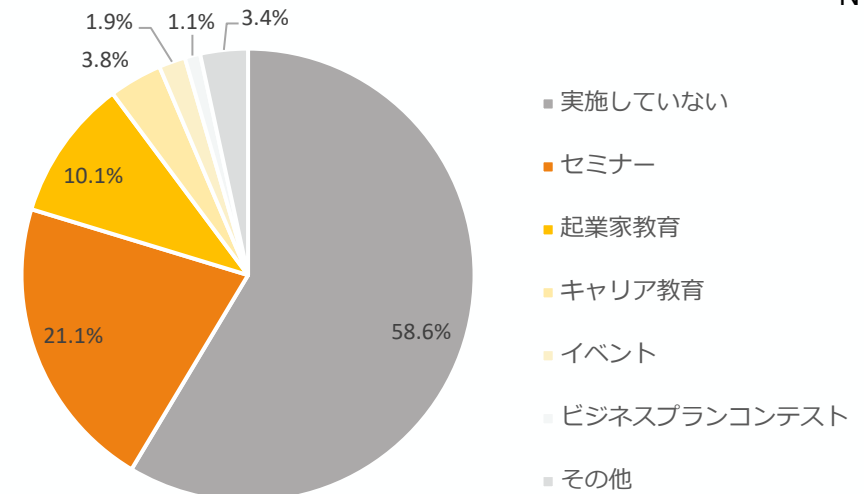
創業機運醸成事業に対する認識

N = 1,348



創業機運醸成事業の実施内容

N = 1,348



融資制度（日本政策金融公庫による創業関連融資）

- 創業者（創業予定者を含む）の、創業前又は創業後の事業運営に必要な資金調達を支援するため、日本政策金融公庫において、創業関連融資を実施。特別利率を設定した融資支援を行うことで、創業を促進。
- 2024年度の融資実績（創業前および創業後1年以内）は、28,032先・1,503億円。年代別では30代・40代、業種別ではサービス・飲食・宿泊業への融資割合が比較的多い（先数ベース）。

主な創業関連融資制度

●新規開業・スタートアップ支援資金

対象者：新たに事業を始める方 または 事業開始後おおむね7年以内の方
 利率：基準利率 ただし、一定の要件に該当する場合は特別利率を適用

（特別利率が適用される主なケース）

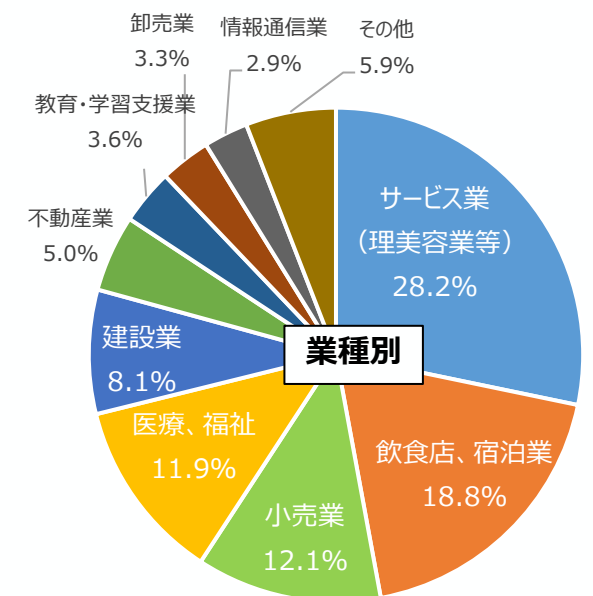
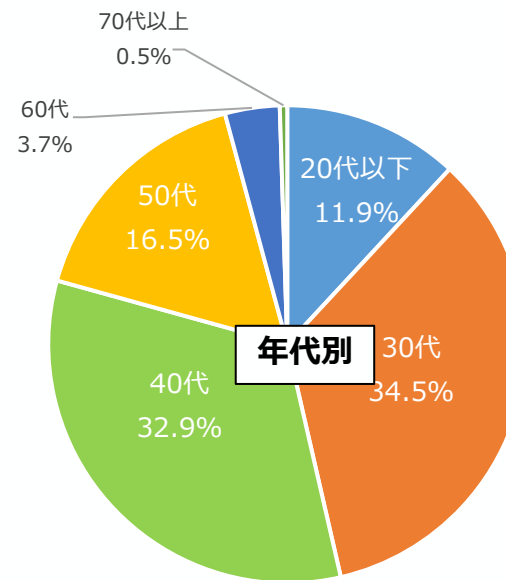
- 女性、若者/シニアの場合 特別利率①(基準利率-0.4%)
- 認定特定創業支援等事業を受けて新たに事業を始める場合 特別利率①(基準利率-0.4%)、うち女性・若者は特別利率②(基準利率-0.65%)

●創業支援貸付利率特例制度

対象者：新たに事業を始める方 または 事業開始後税務申告を2期終えていない方
 利率：各融資制度に定める利率-0.65%
 雇用の拡大を図る場合は、各融資制度に定める利率-0.9%

※ 「新規開業・スタートアップ支援資金」と併用可能

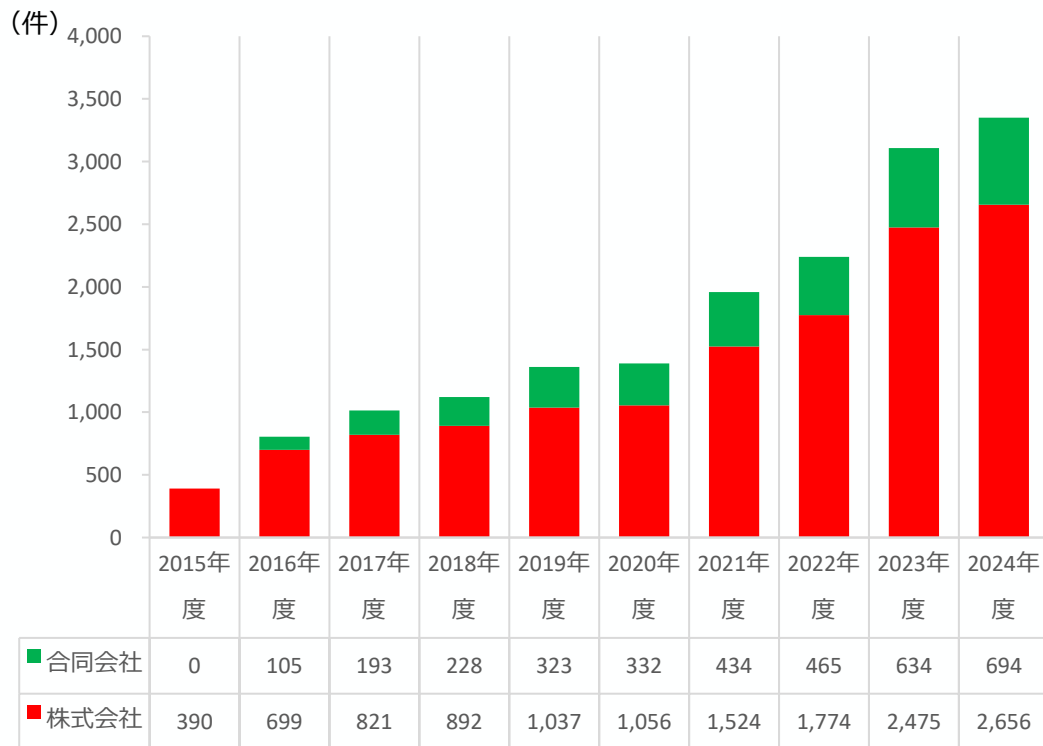
日本公庫における創業融資の実績（2024年度）



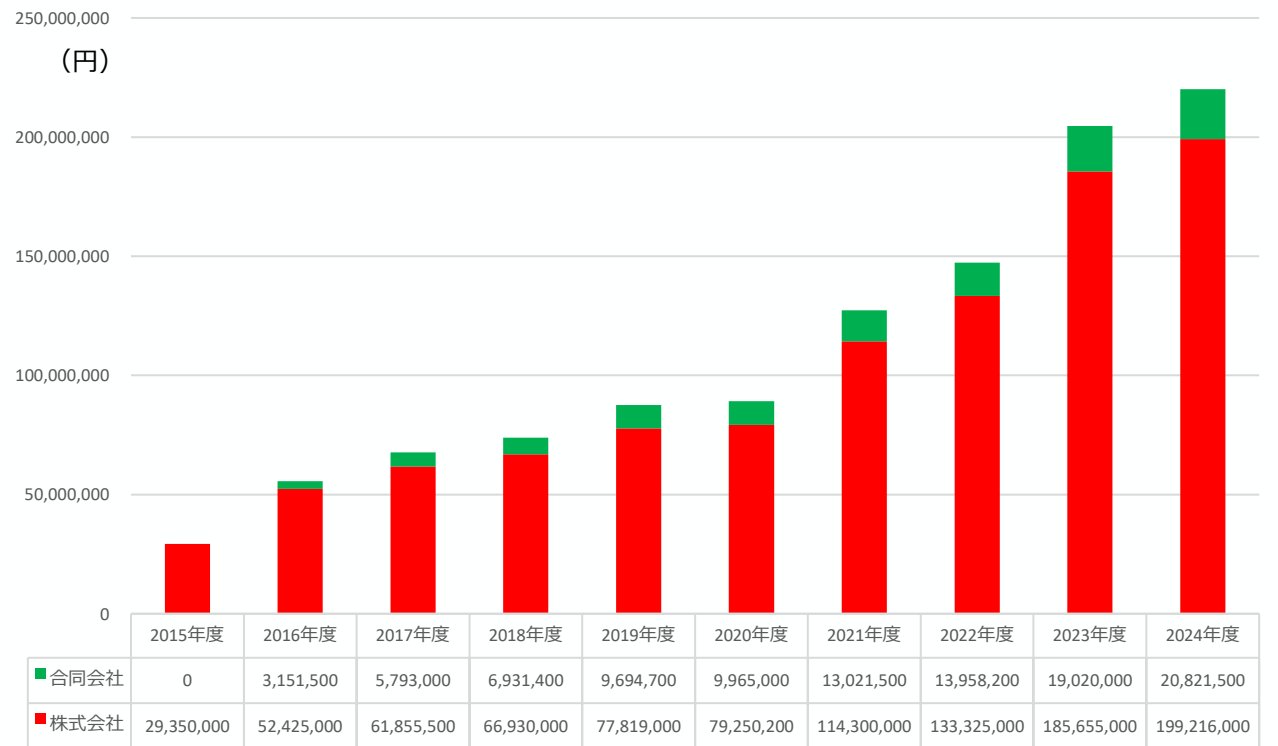
登録免許税の軽減措置

- 特定創業支援等事業の証明を受けた創業者数の増加とともに、**登録免許税軽減措置の適用件数・金額は増加傾向。**
- 適用者の**軽減金額平均は、株式会社は約7.5万円、合同会社は約3万円。**（いずれも制度上の軽減金額の下限）

適用件数の推移



適用事業者の登録免許税納付額の推移



(出典) 法務省 登記統計 (登録免許税・登記手数料)

軽減措置適用時の税率は、株式会社の場合「資本金の額 × 0.35% (※7.5万円に満たないときは、1件につき7.5万円)」であり、計算上、資本金の額が約2,143万円を超えた場合に、下限値以上の金額が軽減される。

補助金（小規模事業者持続化補助金〈創業型〉）

- 創業後1年以内の小規模事業者を対象に、商工会・商工会議所と一体となって経営計画を作成し、当該計画に基づいて行う販路開拓等の取組を支援します。

項目	内容
補助上限	200万円（補助率 2/3 以内） ※ インボイス特例を活用した場合は最大250万円
対象者	開業日が公募締切時から起算して過去1か年の間である小規模事業者等（創業後、事業開始前の事業者も対象）
要件	<ul style="list-style-type: none"> 認定市区町村等が実施した特定創業支援等事業（創業塾や創業セミナー等）による支援を過去1か年の間に受けたこと。 商工会・商工会議所の支援を受けながら取り組む事業であること。
対象経費	機械装置等費、展示会等出典費、新商品開発費 等

●活用事例

- ✓ 地域食材を活用したレストランを開業。店舗改装及びインターネット・SNS広告を行うことで、多様な顧客層獲得による売上向上を図る。
- ✓ 金属加工業を開業。ロボット溶接機械を導入し、技術革新による事業の拡大及び生産性の向上を図る。

●補助金に対する事業者の声

- ✓ 持続化補助金により創業期に販路開拓が図れたことで、その後の持続的な経営に繋げることができた。
- ✓ 申請に際して、商工会議所の支援を受けながら経営計画を策定することで、事業を見つめ直し、経営方針を考えるきっかけとなった。
- ✓ 持続化補助金をきっかけに創業セミナーに参加し、創業時の心構えや、事業計画の重要性を学ぶことができた。

1. 創業を取り巻く実態
2. 中小企業庁の創業関連施策
- 3. 地域の事例**
4. 創業まもない事業者へのアンケート調査結果

創業支援等事業計画の好事例（岡山県倉敷市・早島町）

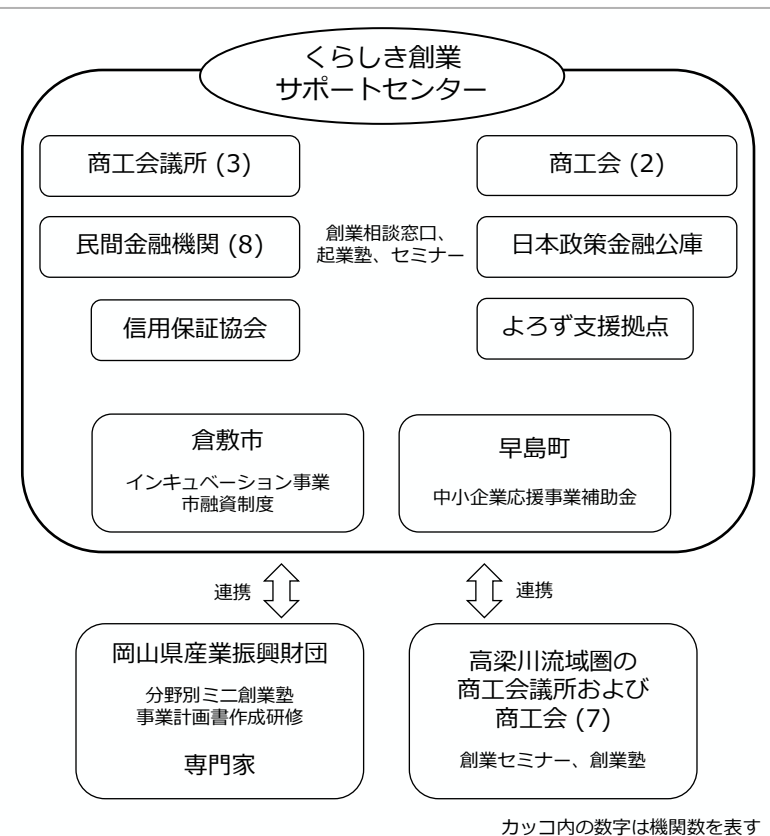
※共同計画

－ 高梁川流域圏7市3町が連携し、市町を超えて広域での支援体制を整備

基礎データ

人口 : 471,459人 (2025年9月時点)
 事業所数 : 19,390 (経済センサス2021年)
 主要産業 : 製造業 (繊維産業)、観光業

支援体制の全体像



特徴的な支援体制・内容

成果や課題

● 広域での支援体制整備

- 総務省の連携中枢都市圏構想により県内高梁川流域圏7市3町が連携しており、**連携市町間において、特定創業支援等事業と証明書発行を連動させている。**
- 市が主催する支援機関同士の担当者会議を年に数回開催し、顔の見える関係性の構築、支援の方向性のすり合わせ、他機関の取組把握、要望・意見交換を実施。**

● 専門分野ごとの知識習得支援

- 商工団体や他支援機関とで棲み分けし、年間を通じて創業塾が受講できる体制を整備しており、日本公庫、診断士、INPIT、税理士など知識分野毎に外部講師を分けて実施。**

● 創業者の地域定着を目指した包括的支援

- 創業1年以内の事業者を対象とした低利の資金支援や、創業間もない事業者の展示会出展支援などを実施しており、広報誌の活用など創業施策の広報にも注力。
- 市主催の創業セミナー等を受講した者が、**くらしき創業サポートセンターによる継続的な支援を受けることで地域における創業・定着につながっている。**スタートアップ向けは岡山市と連携するなどして支援。



創業者応援マルシェの様子

● 創業実績 (2022年~2024年合計)

- 創業支援者数 : **5,107人**
- 特定創業支援等事業を受けた創業者数 : **1,166人** (人口1万人あたり : 23.9人 ※全国27位)

● 課題

- スタートアップ支援についての方向性が定まっていない。**
- 学生等若年層への創業機運醸成が不足している。

※ 創業者数実績の順位は、認定市区町村からの実績報告をもとに、中小企業庁にて集計したもの

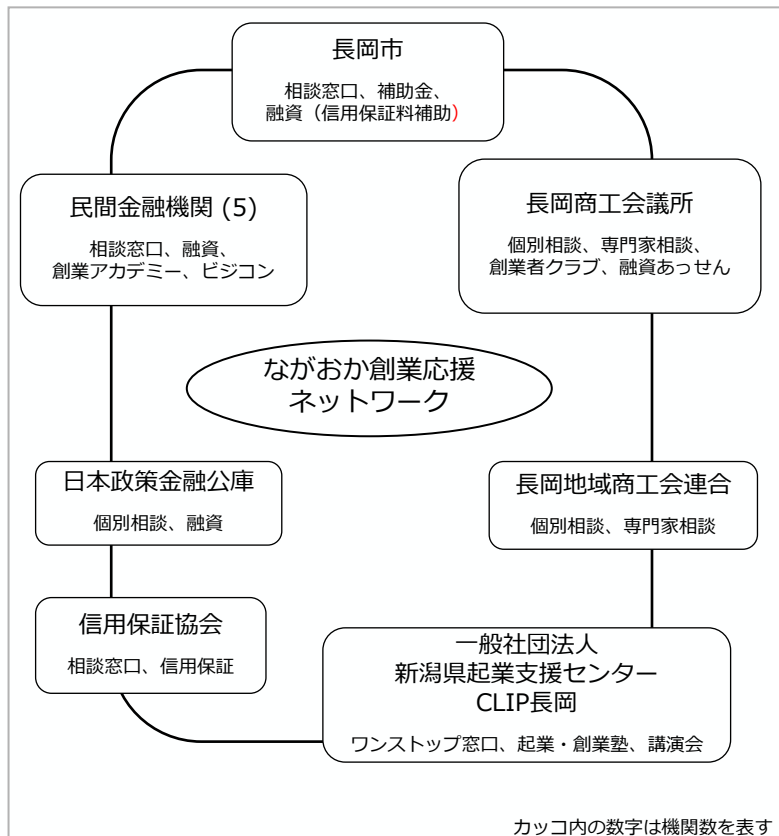
創業支援等事業計画の好事例（新潟県長岡市）

－ 起業に特化した民間団体を核とした支援体制を整備し、関係機関への円滑な橋渡しを実現

基礎データ

人口 : 253,147人 (2025年9月現在)
 事業所数 : 12,309社 (経済センサス2021年)
 主要産業 : 製造業 (機械・金属工業)

支援体制の全体像



特徴的な支援体制・内容

● 民間団体を主体とした支援体制整備

長岡市は、金融機関や商工会議所を含む「ながおか創業応援ネットワーク」を構築し、一般社団法人新潟県起業センター（通称：CLIP長岡）をハブとした支援体制を整備。創業の相談対応や金融機関などの各機関への橋渡しのほか、市の起業セミナーや起業支援プログラムを委託し運営している。創業希望者にとって頼れる伴走支援者として起業関心者のはじめの一歩を後押し。



特定創業支援等事業に関するプログラムは、対面の個別対応とセミナー形式で実施。起業前後で特に重要なことは「ファイナンスとマーケティング」であると考え、それを軸に講義し、プログラム終了後も事業計画のブラッシュアップなどの支援を行う。

● 起業支援

起業したい学生を対象に、シリコンバレー発の新規事業創出プログラム（リーンローンチパッドプログラム）を実施。全6回の授業のなかで、アイデアの発想からマーケティングや収益モデル設計などを学び、ビジネスプランの策定までを行う。2019年度から開始し、本プログラム卒業者から11社の起業が実現。単なる課外活動としてではなく、単位認定できる授業として位置付ける学校もある。

市内4大学1高専と連携し若者の創業支援を行うとともに、女性起業家向けセミナーも実施。平成30年より学生起業家育成補助金を実施。（補助上限：30万、補助率4/5）

成果や課題

● 創業実績（2022年～2024年合計）

創業支援者数：1,216人
 特定創業支援等事業を受けた創業者数：404人（人口1万人あたり：15.1人 ※全国98位）

● 課題

創業から事業成長までを一貫して支援する体制に課題があり、強化の余地がある。
 創業情報の共有や支援の充実に向けて、近隣市町村との連携が重要なポイントである。

※ 創業者数実績の順位は、認定市区町村からの実績報告をもとに、中小企業庁にて集計したもの

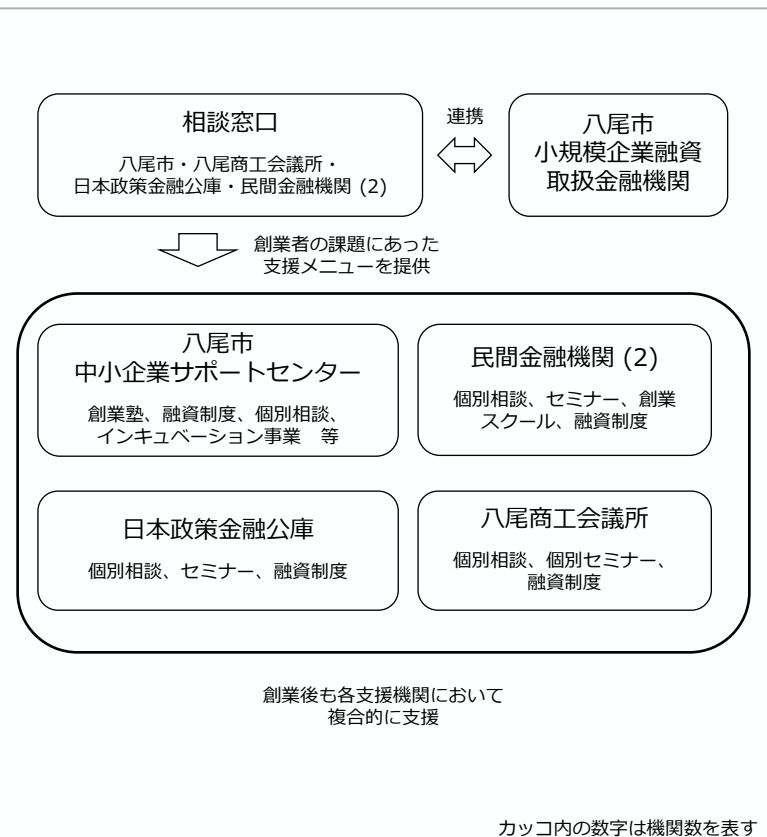
創業支援等事業計画の好事例（大阪府八尾市）

－ 多くの人が創業支援にアクセスしやすい環境を整備し、創業を身近な存在に

基礎データ

人口 : 257,912人 (2025年9月時点)
事業所数 : 12,935 (経済センサス2021年)
主要産業 : 製造業 (文房具、歯ブラシ)

支援体制の全体像



特徴的な支援体制・内容

● 相談のハードルを下げ、創業支援にアクセスしやすい環境整備

- 無料のイベントやセミナーの開催により、より多くの人が創業支援にアクセスしやすい入口を形成。また、創業塾の発表会をYouTubeで公開し、参加できなかった人にも情報提供を実施。
- 事業計画の策定支援から模擬店でのショップ運営の機会を提供するなど、段階に分けた支援体制を整備し、各創業希望者のフェーズにあった支援を展開。

● 先輩創業者を巻き込んだ支援体制づくり

- 市内での先輩創業者との交流の場を月1回のペースで開催し、創業の体験談やQ&Aなどのイベントを開催。創業希望者にとっては先輩からのアドバイスが聞けるとともに、先輩創業者はお店のPRの場としても活用。創業者と創業希望者を繋ぐ環境を整備することにより、地域での創業機運の醸成にも寄与している。
- 市内で創業した1年以内の方を対象に月1回、実際の経営者がメンターとなり店舗訪問を行い、収支計画、店舗の導線、メニュー単価計算、販売戦略など実践的な伴走支援を実施。



● 創業実績 (2022年~2024年合計)

- 創業支援者数 : 1,887人
- 特定創業支援等事業を受けた創業者数 : 552人 (人口1万人あたり : 20.9人 ※全国51位)

● 課題

- 創業準備者は様々な場所にいるため、情報を届けるにはさらに幅広いアプローチが必要。(市が創業支援を行っていることを、国や大阪府からもさらに周知してほしい)
- 支援人材の不足が進んでおり、支援体制の維持が難しい状況。

成果や課題

起業家教育の好事例（桜花学園高等学校・愛知県）

－プログラム支援を通じて実際に会社を設立した取組（令和5・6年度支援校）

● 事業概要

- 4月～2月の期間（全28時間）で起業家教育事業を実施。令和5年度にもプログラム校に採択され、その際フェアトレードコーヒーの販売を通して途上国の女性支援を行う会社を実際に設立した。（株式会社MieuxX）
- 令和6年度も同事業を継続するなかで、生徒がパッケージデザインしたインスタントコーヒーのネット販売や、新規事業として同校のバスケットボール部を応援するグッズの企画や制作を実施。今後も後輩が同会社を継続的に運営していく予定。

● 生徒の声

- 色々な起業家の方々の体験を聞くことができ、私たちがこれから会社を立ち上げるうえでのヒントがたくさんあったと感じた。会社のコンセプトや商品、サービスのプロデュースについて考えるためには、何が必要なのかを知り、考え方を学ぶことができた。お客さんのニーズは何か想像力を働かせながら、これからの活動に取り組んで行きたい。



（出典）中小機構 起業家教育プログラム実施支援事例集

授業数	日程	標準的カリキュラムの活用
1～8	9月～10月	起業にかかる情報のインプット及び起業家との交流
9～12	11月	ビジネスアイデアの立案・改善
13～16	11月	ビジネスアイデアの立案・改善
17～20	12月～1月	最終発表資料の作成・練習・最終発表
21～24	1月～2月	最終発表資料の作成・練習・最終発表

※令和5年度の実施カリキュラム

起業家教育の好事例（函館高等専門学校・北海道）

－アントレプレナーシップ教育を科目として導入するにあたり支援した事例（令和6年度支援校）

● 事業概要

- 6月～12月の期間（全15時間）で実施し、「アントレプレナーシップとは」、「イノベーションの必要性」、「デザイン思考のプロセス」等のテーマについての講演、及び実務で活躍中の若手技術者による講演を実施。
- その後、5回の演習でビジネスアイデアをグループごとに立案し、最終回ではビジネスアイデアのプレゼンテーションを実施。

● 生徒の声

- 地域の課題に着目したことで、自分の地域について新たに知ることができたのは非常に良かった。また、そこから今後どのように取り組むべきかを、さらに深く考える必要があることにも気づいた。



（出典）中小機構 起業家教育プログラム実施支援事例集

授業数	日程	標準的カリキュラムの活用
1～6	6月～7月	起業にかかる情報のインプット及び起業家との交流
7	9月	ビジネスアイデアの立案・改善
8	9月	ビジネスアイデアの立案・改善
9	9月	ビジネスアイデアの掘り下げ
10～13	10月～11月	プロトタイプ作成とそれを利用したアイデア評価
14～15	11～12月	最終発表資料の作成・練習・最終発表

※令和6年度の実施カリキュラム

自治体が独自に取り組む起業家教育 大分県宇佐市

－地域企業と連携しふるさと納税を活用した取組

● 事業概要

- 6月～12月（全6回）市内企業を講師に招き商品開発（パッケージデザイン）などを実施し販売会及び宇佐市のふるさと納税返礼品（USABOX）の商品にする。

● 導入背景

- 令和5年度より、市内高校に向けアントレプレナーシップ教育を実施。地域の創業者を講師に、地元高校生が起業家精神を学ぶ事で、将来の進路選択が拡がり、高校と連携しマーケティング授業を取り入れ、地元物産品の商品化や販売方法を実践的な取組としての必要性を感じ事業を導入した。

● 生徒の声

- 実施した後に生徒から「市内企業の魅力について発見できた」、「今度は1から商品開発をしてみたい」、「将来は市内で働きたい」などの起業だけでなく、市内で働く選択肢にも寄与できた。



授業内容・日程		
	内容	日時
第1回授業	商品を知ろう！	6月中旬
第2回授業	商品を買ってくれるのはどんな人？	7月中旬
第3回授業	売るためにはどうする？ 作ってみよう	9月上旬
第4回授業	販売会（売ってみる）	11月中旬
第5回授業	結果報告会	11月中旬
第6回授業	発表（商業教育フェア）	12月中旬

機運醸成事業の好事例（岩手県盛岡市等）

－機運醸成事業を起業家塾と組み合わせることで、実際の創業を後押し

● 取組事例（岩手県盛岡市、滝沢市、紫波町及び矢巾町）

- 自治体が行う特定創業支援等事業である全6回のプログラムの「起業家塾@もりおか」と組み合わせ、機運醸成事業（TIP'S）を実施。
- 起業家塾を受講し創業を志す人を対象に、プログラムの最終回に起業家講演と受講者同士のワークショップを行うことで、受講者の創業機運を高め、実際の創業に向けたアクションの後押しに繋がっている。
- 起業家塾の最終回に実施することで、受講者同士のネットワーク形成にも寄与し、塾卒業後においてもコミュニケーションが取れる関係性を構築できる点もメリットとなっている。



（参考）TIP'S事業とは

- 中小機構と自治体が共催で実施する機運醸成の講座・ワークショップ。
- 参加者同士が対話することで、個々で新たな気づきや想いを胸に、自ら決断し、アクションを起こすことを目的としている。
- 令和6年度は、全国で57回実施。

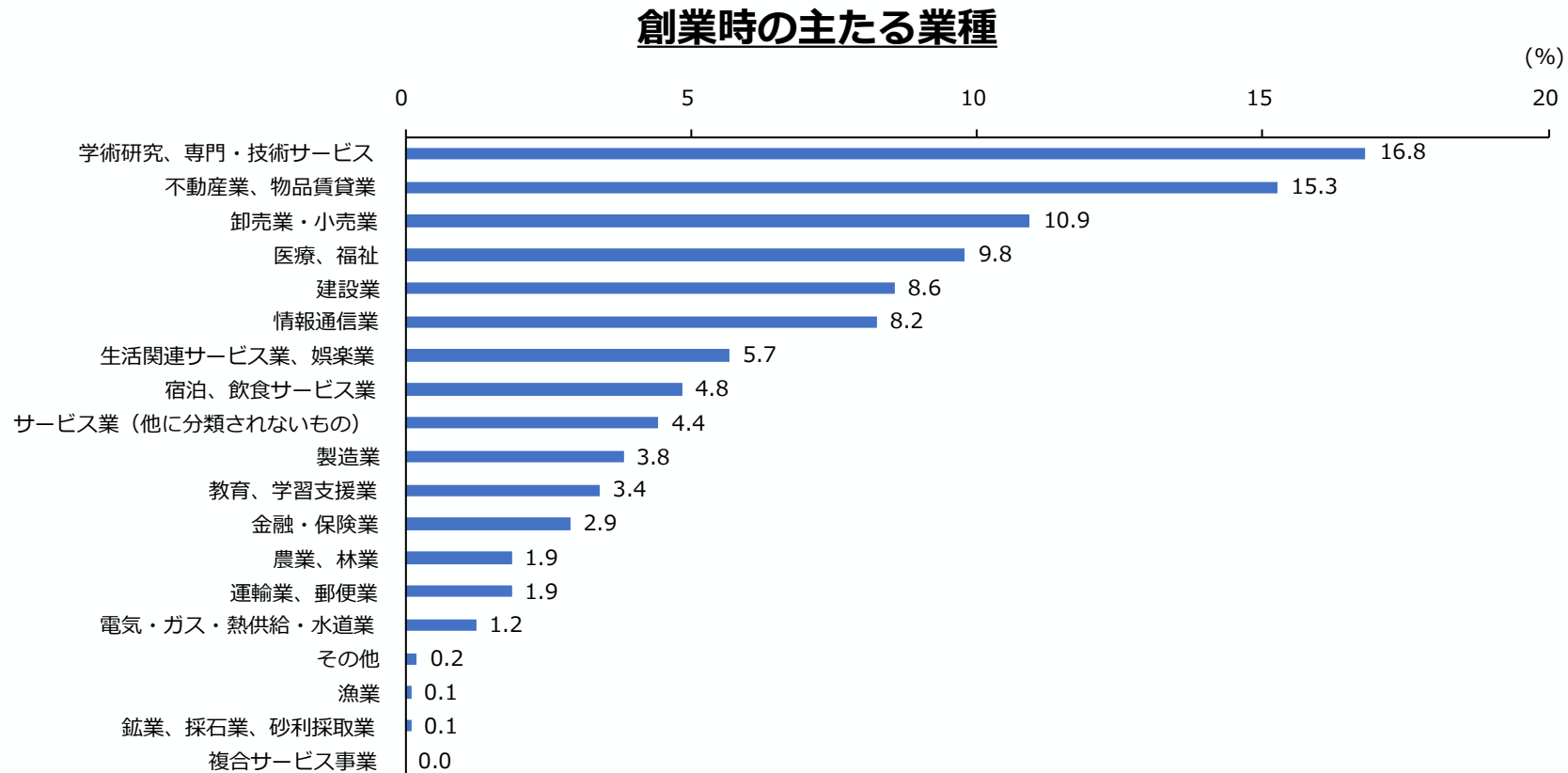
1. 創業を取り巻く実態
2. 中小企業庁の創業関連施策
3. 地域の事例
4. **創業まもない事業者へのアンケート調査結果**

調査実施概要

アンケート調査名		・令和7年度創業支援に関する実態把握のためのアンケート調査	
調査の目的		・創業後おおむね5年以内の中小企業・小規模事業者に対し、創業希望に至った経緯、創業時の相談先やこれまでに支援を受けた先、活用した施策、財務・経営上の課題、支援策・制度ニーズ等について実態を把握し、今後の創業支援政策の改善等に資することを目的として実施する。	
調査項目		<ul style="list-style-type: none"> a. 創業者について b. 支援機関の利用状況（創業準備期～創業後5年） c. 経営課題・支援ニーズ d. 事業拡大・成長 e. デジタル化の取組状況 	
調査方法		・アンケート調査対象モニターに対するインターネット調査	
調査期間		・2026/02/20～2026/02/24	
調査対象	スクリーニング調査 依頼数	32,904件	<ul style="list-style-type: none"> ・スクリーニング調査の対象者数 ・調査モニター情報が「経営者」である日本全国の男女
	本調査目標回答数	1,500件	<ul style="list-style-type: none"> ・過去10年間に創業したことがある者(法人経営1,200件、個人経営300件) ・アンケート回答
回収数	回答数	1,548件	・法人経営1,221件、個人経営 327件
	集計対象データ※	1,212件	<ul style="list-style-type: none"> ・法人経営961件、個人経営251件 ※創業年を2016年と回答したデータについて、回答矛盾（例：現在の年代70代で創業時の年齢が40代）がある場合、集計対象外とした。

創業時の主たる業種

創業時の主たる業種を見ると、「学術研究、専門・技術サービス業」が最も多く、次いで「不動産業、物品賃貸業」、「卸売業・小売業」がこれに続く。また、「医療・福祉」、「建設業」、「情報通信業」など、幅広い分野で創業が見られる。

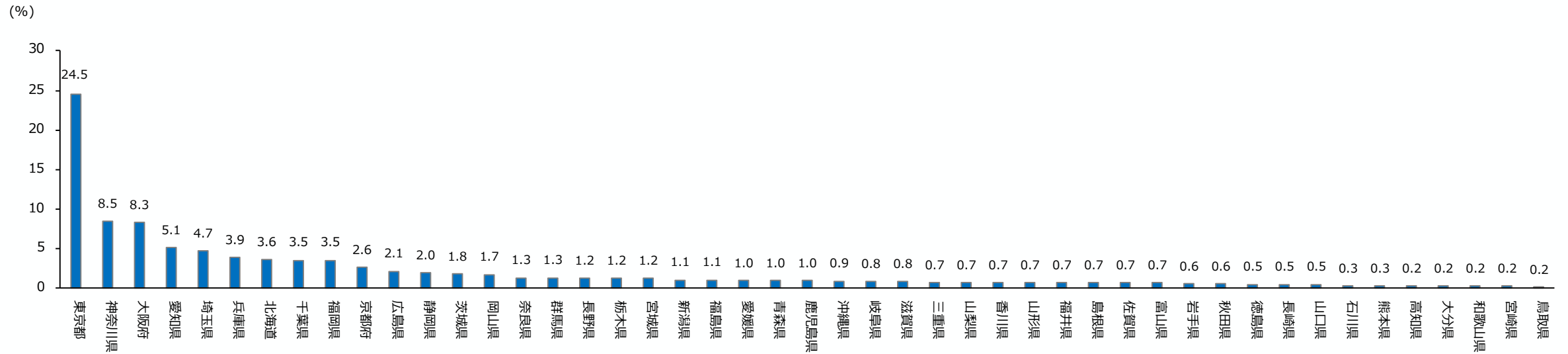


N=1,212

創業時の本社所在地

創業時の本社所在地は、三大都市圏に集中している一方で、全国47都道府県すべてから回答が得られている。

創業時の本社所在地

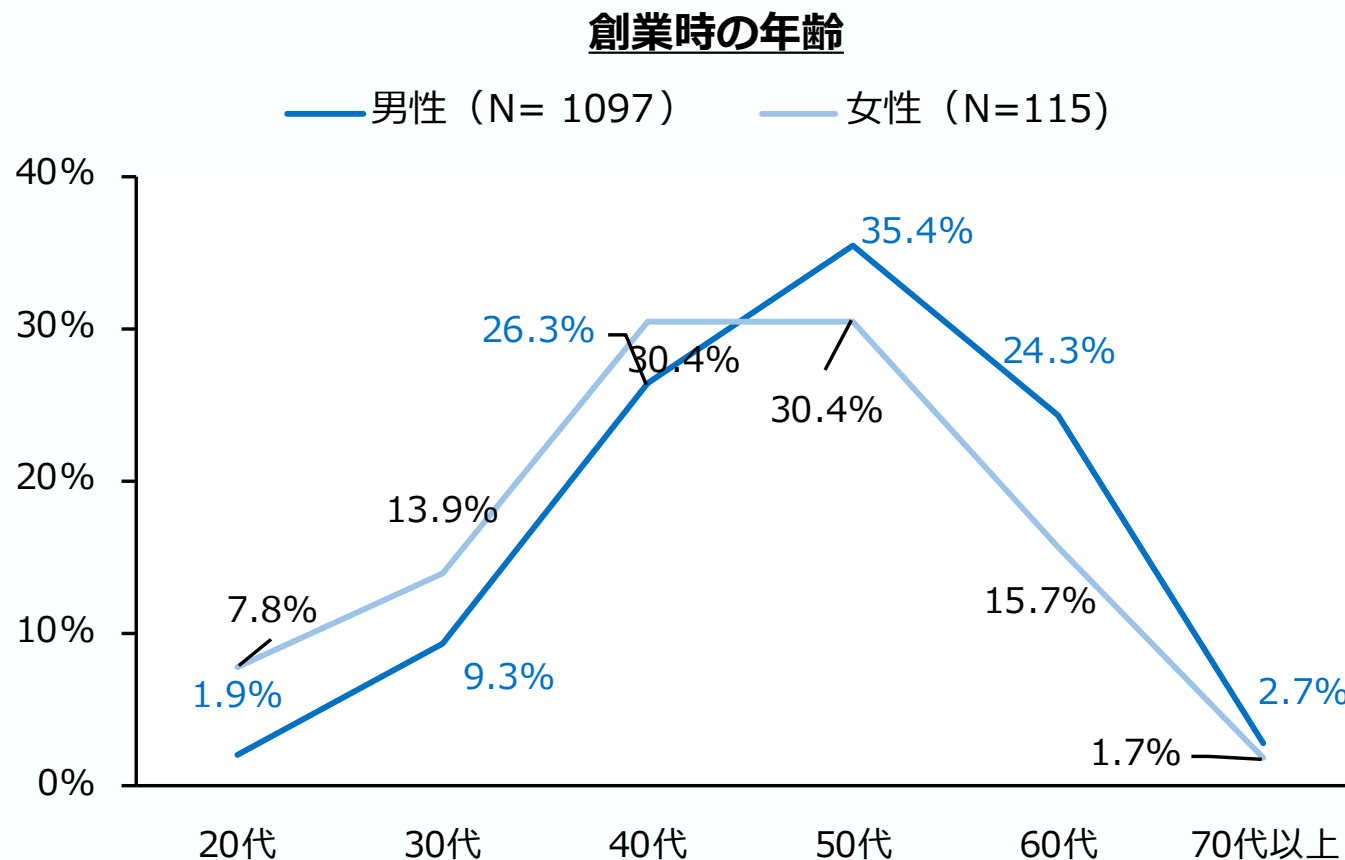


N=1,212

a. 創業者について

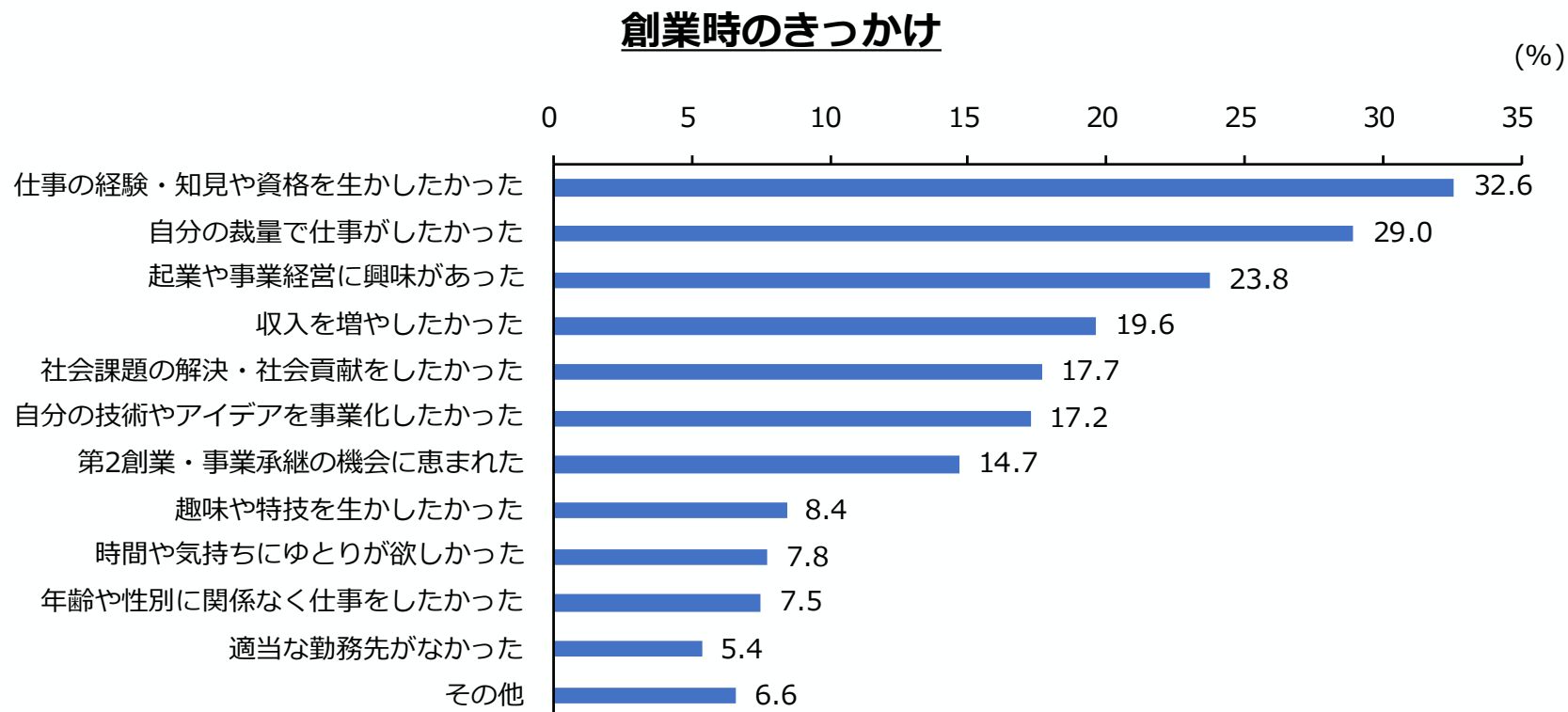
創業時の年齢

創業時の年齢分布を見ると、男女ともに40～60代に集中しており、特に50代での創業が最も多い。男女別に比較すると、女性は20～30代での創業割合が男性より高い一方、男性は60代での割合が高く、創業年齢のピークに差がみられる。



創業のきっかけ

創業のきっかけを見ると、「仕事の経験・知見や資格を生かしたかった」「自分の裁量で仕事がしたかった」といった、これまでの就業経験や働き方に起因する動機が上位を占めている。



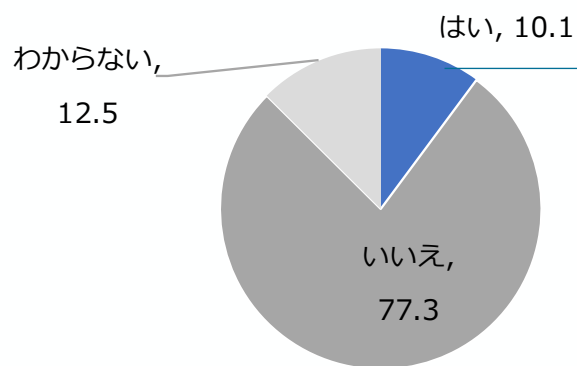
起業家教育・アントレプレナーシップ教育

創業者の起業家教育・アントレプレナーシップ教育の受講経験者は約1割にとどまる。

起業家教育等の受講時期・創業への影響が大きいと考える時期はいずれも高等専門学校・大学が中心である。なお、「その他」には社会人、大学院、ビジネススクールでの受講が多く含まれている。

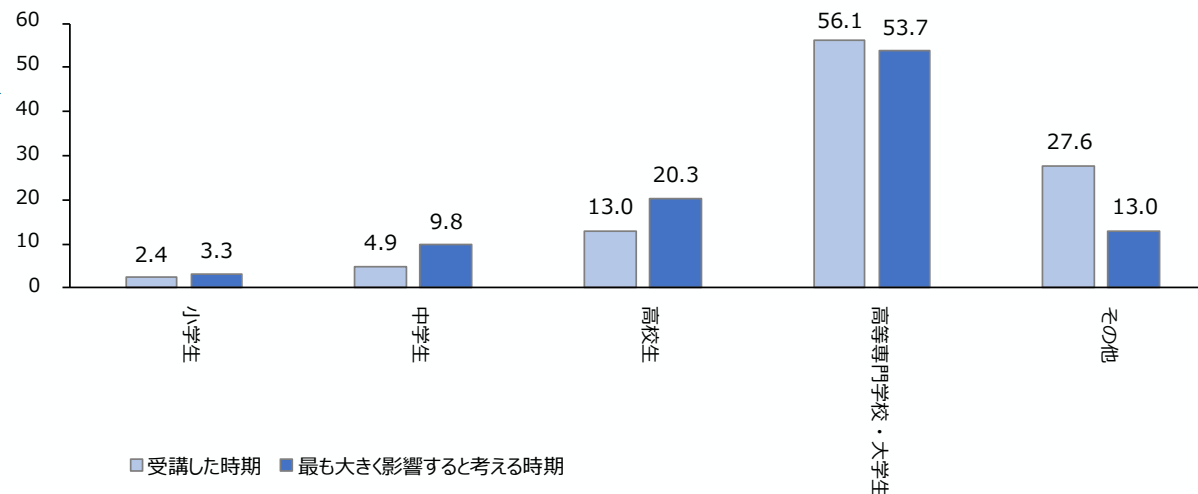
一方、影響が大きい時期としては高校生段階の割合が受講時期より高く、比較的早い段階での教育が創業意識の形成に影響していることがうかがえる。

起業家教育等の受講経験があるか？



N=1,212

受講時期・最も大きく影響すると考える時期
(受講経験がある回答者のみ)



N=123

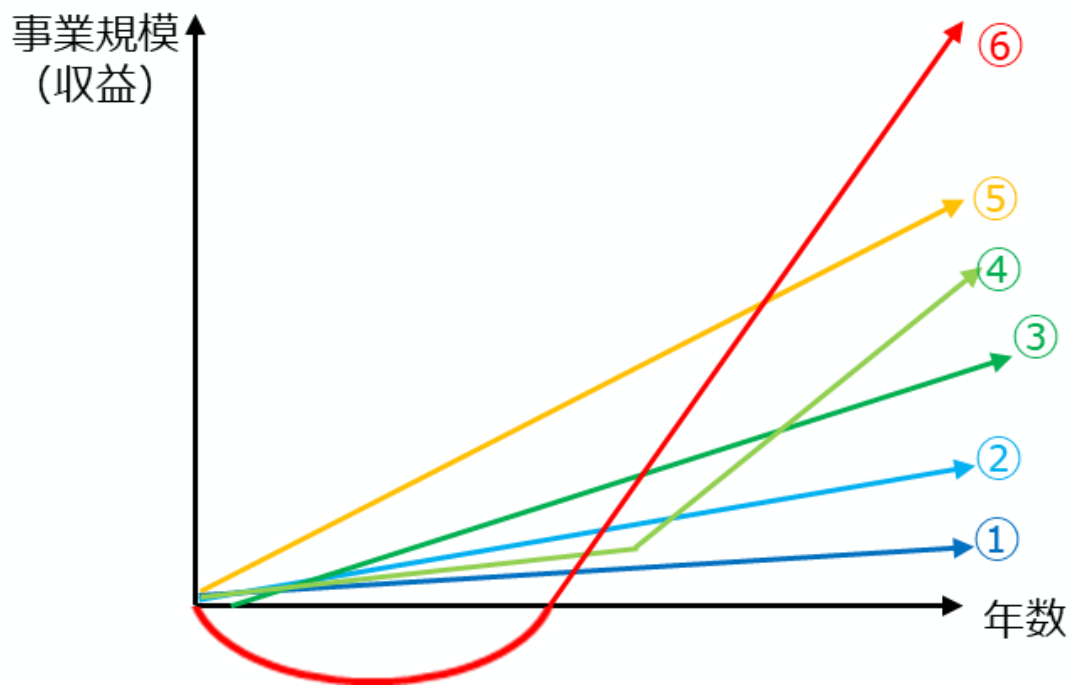
受講した時期は複数回答可

※（質問時の補足説明）「アントレプレナーシップ」とは様々な困難や変化に対し、与えられた環境のみならず自ら枠を超えて行動を起こし新たな価値を生み出していく精神です。アントレプレナーシップ教育は、自ら社会課題を見つけ、課題解決に向かってチャレンジしたり、他者との協働により解決策を探究したりすることができる知識・能力・態度を身に付ける教育のことです。ビジネスプラン作成演習、企業でのインターンシップ、地域課題解決型のプロジェクト学習、起業家による講義やワークショップを含みます。

事業拡大・成長のイメージ（質問方法）

創業後の成長をどのように捉えているかを把握するため、創業時、創業後3年、創業後5年の各時点において、事業拡大・成長のイメージとして最も近いものを尋ねた。本質問は、創業者が想定する成長の方向性やスピード感が、時間の経過に伴いどのように変化するかを整理することを目的としている。

Q30 創業時、創業後3年、創業後5年の各時点において描いていた事業拡大・成長のイメージについて、もっとも近いものを1つずつ回答してください【単一回答】

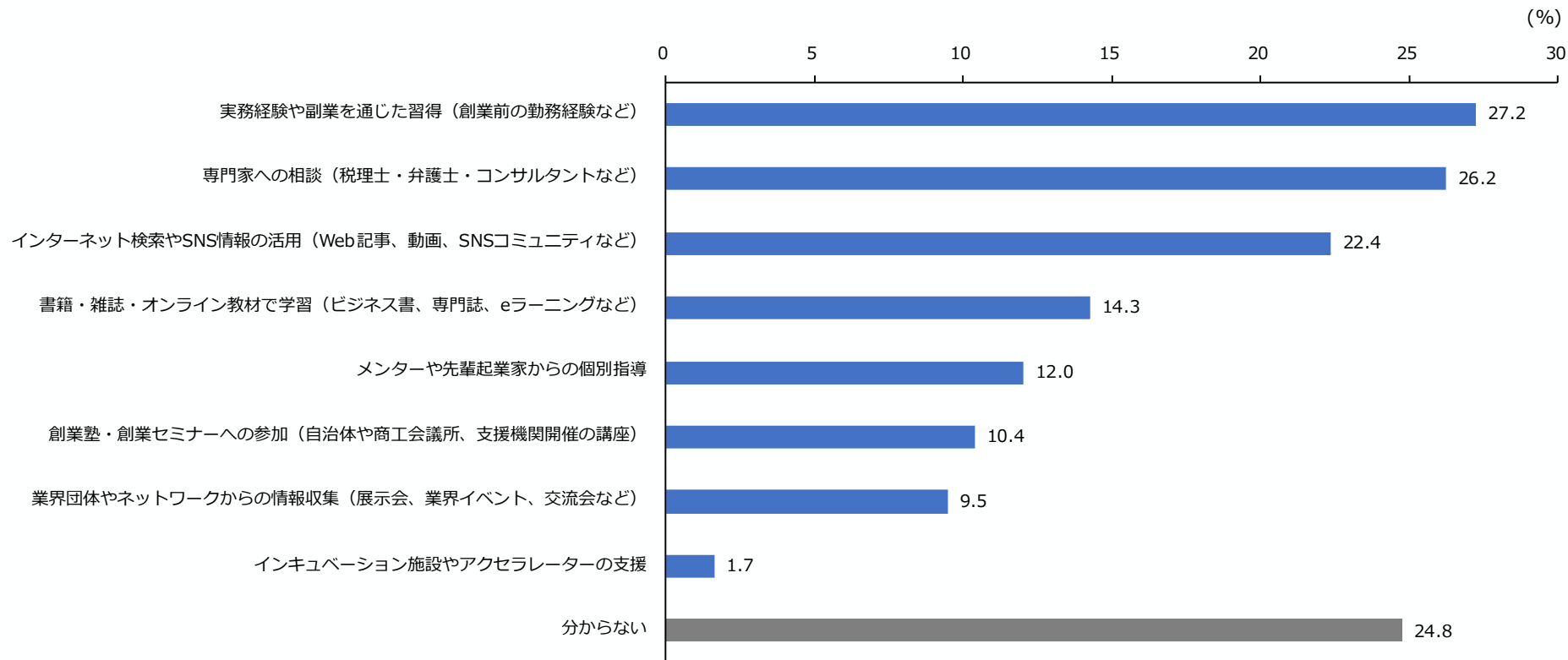


選択肢	グラフ	事業規模の説明
1. 副業・隙間時間型	①	本業・その他の収入を超えない規模で推移
2. 地域内需要型	②	地域に必要なインフラとして地域内の需要を取り込み、緩やかに成長
3. 地域外需要型	③	地域外の需要を取り込みつつ、安定的に成長
4. 地域課題解決型	④	創業当初は低利だが、社会性の評価等を通じて新市場を開拓し、一定成長
5. 事業拡大型	⑤	高付加価値な製品・サービスを戦略的に供給し、高い成長率で推移（市場＝国内）
6. スタートアップ	⑥	創業投資は積極的に投資を行い（赤字）、その後急成長へ（市場＝グローバル）

創業に向けた知識・ノウハウの習得方法

創業に向けた知識・ノウハウの習得方法は、実務経験や専門家への相談、インターネット検索などが中心となっているものの、書籍や先輩起業家からの指導、セミナー参加等、習得方法は幅広く分散している。

知識ノウハウの習得方法

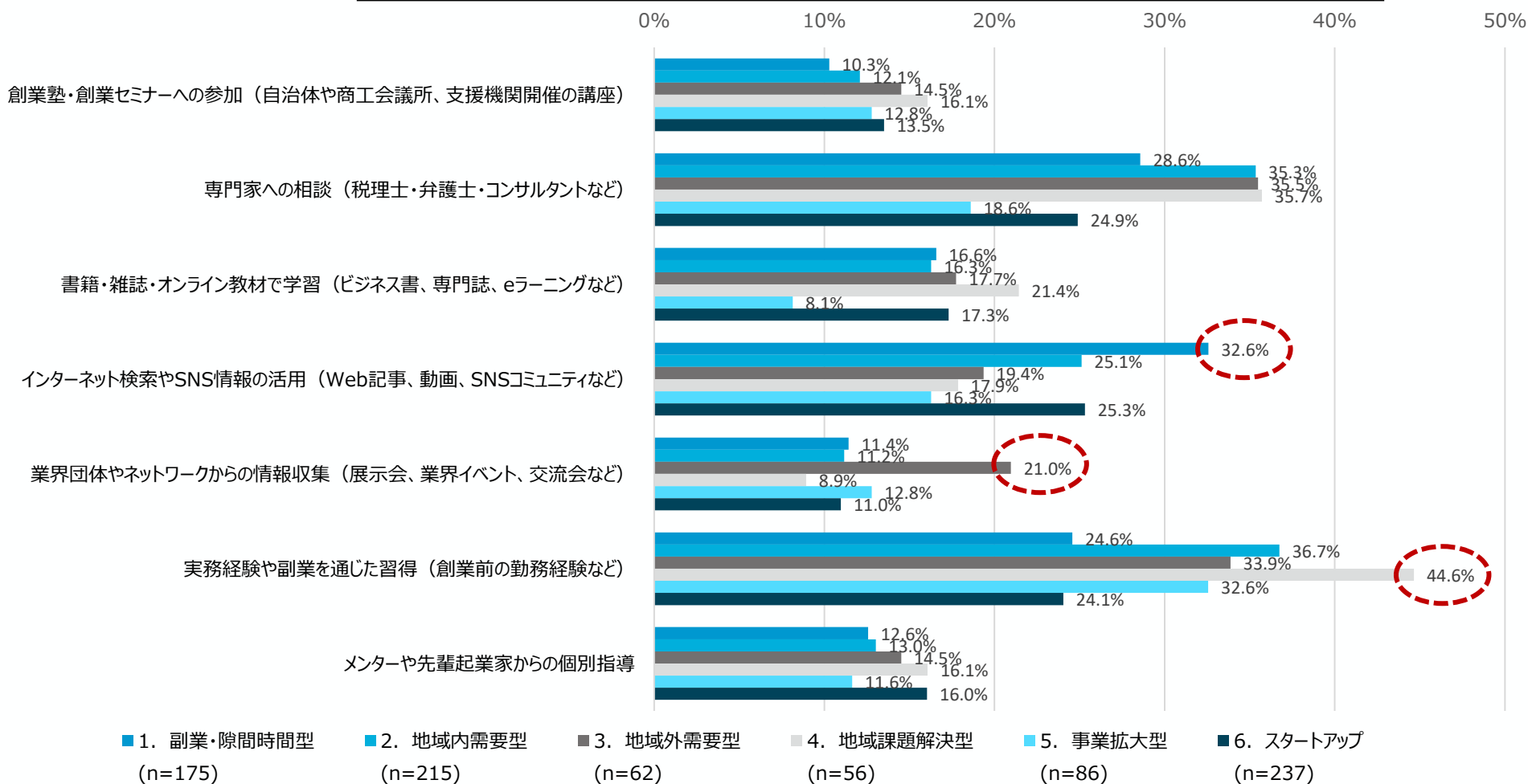


N=1,212、複数回答可

知識ノウハウの習得方法（創業時の成長イメージ別）

知識ノウハウの習得方法を創業時の成長イメージ別でみると、インターネット検索やSNS情報の活用は「副業・隙間時間型」で、業界団体やネットワークからの情報収集は「地域外需要型」で、実務経験や副業を通じた習得は「地域課題解決型」でそれぞれ割合が高くなっている。

知識ノウハウの習得方法（創業時の成長イメージ別）（複数回答）

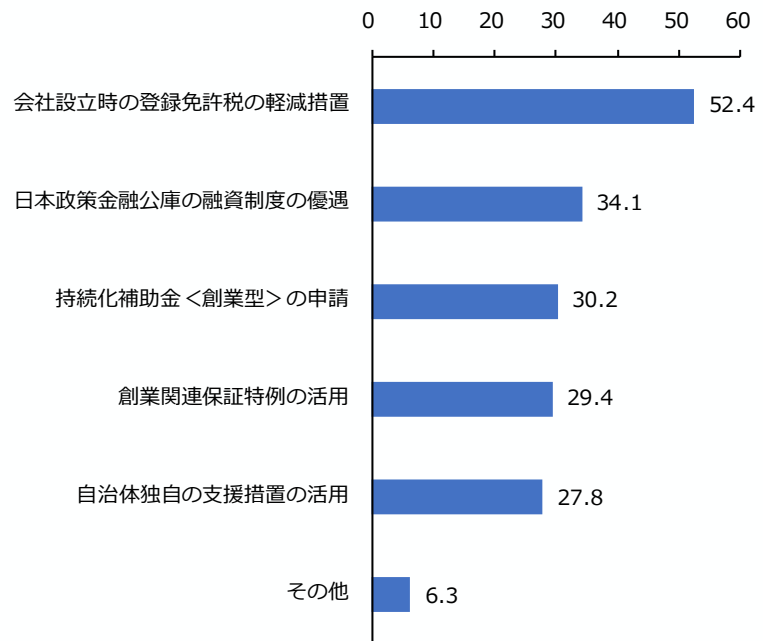


創業塾・創業セミナーへの参加

創業に向けて必要な知識・ノウハウの習得以外に、創業塾・創業セミナーを受講した目的を見ると、「会社設立時の登録免許税の軽減措置」、融資の優遇、補助金の活用が多い。

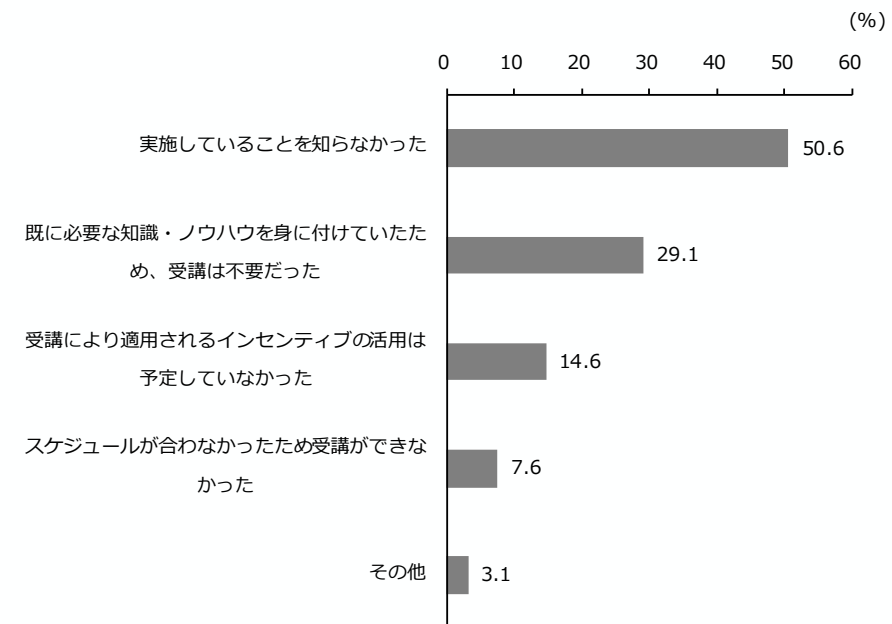
一方、受講しなかった理由としては、「実施していることを知らなかった」との回答が最も多い。

創業塾・創業セミナーを受講した目的
(受講した回答者のみ)



N=126、複数回答可

創業塾・創業セミナーを受講しなかった理由
(受講しなかった回答者のみ)



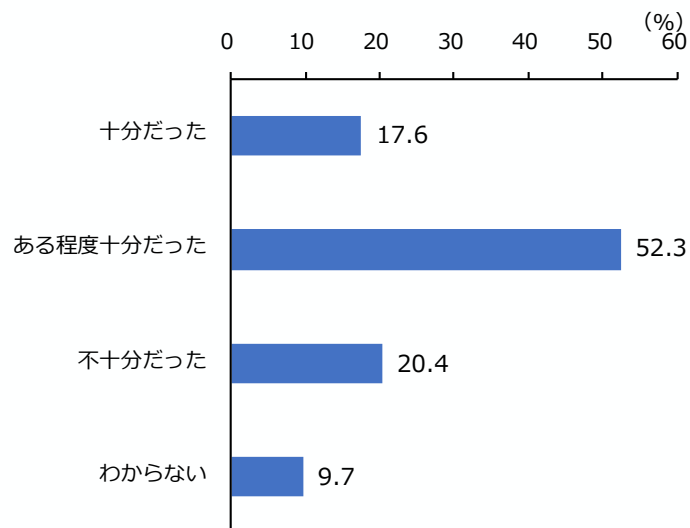
N=1,086、複数回答可

※受講により適用されるインセンティブとは、創業関連保証特例の活用、日本政策金融公庫の融資制度の優遇、小規模事業者持続化補助金<創業型>の申請、自治体独自の支援措置の活用などをいいます。

創業に向けた学びの環境

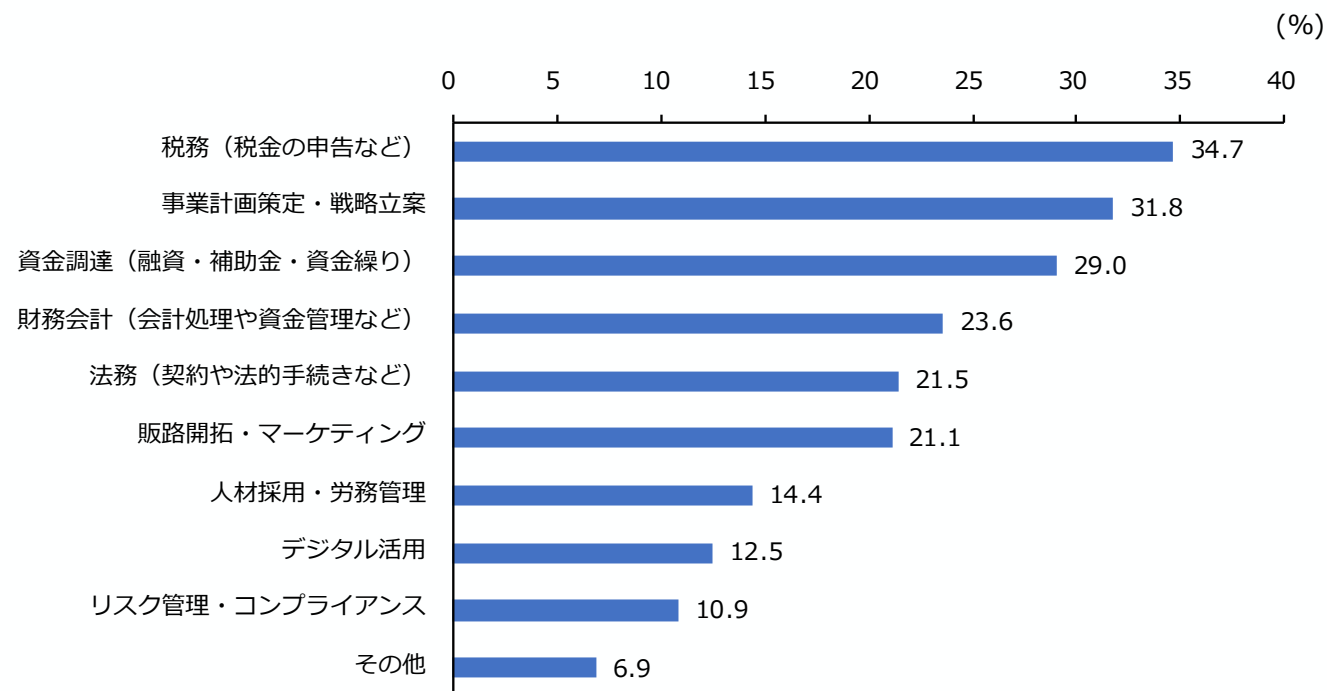
創業に向けた学びの環境は、「十分だった」「ある程度十分だった」が7割超を占めている。
また、創業時にもっと身に付けておくべき知識・ノウハウとしては、税務、事業計画の策定、資金調達が多い。

創業に向けた学びの環境



N=1,212

創業当時にもっと身につけておくべきと感じる知識・ノウハウ
(複数回答)



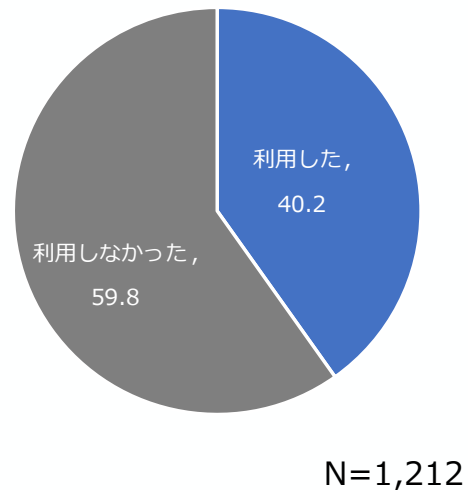
N=1,212

b. 支援機関の利用状況 (創業準備期～創業後5年)

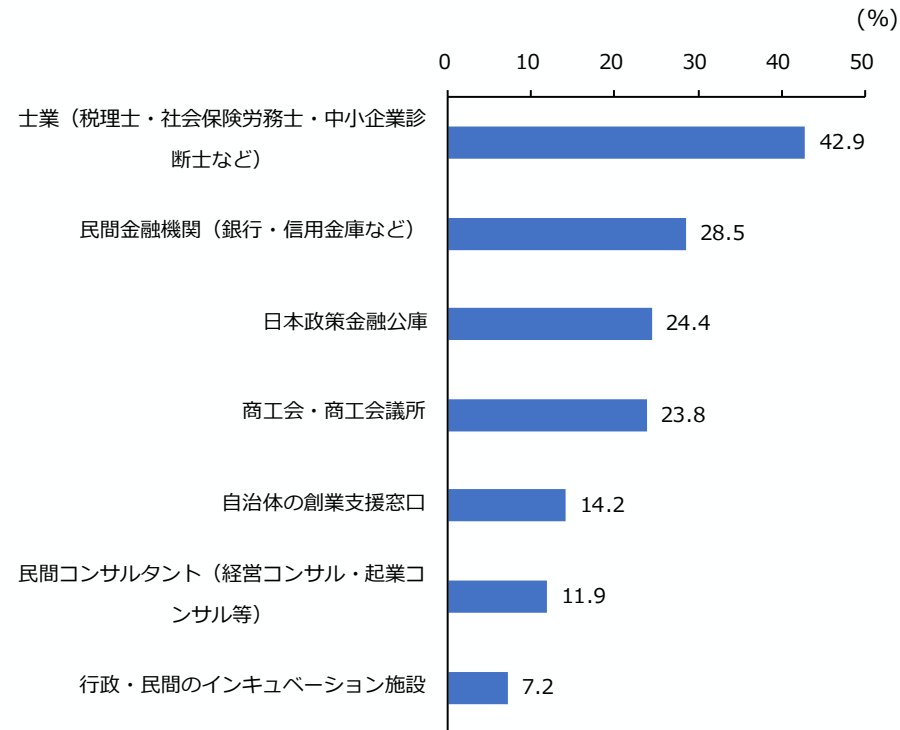
支援機関の利用状況（創業準備期）

創業準備期に支援機関を利用した者は約4割にとどまり、相談先は士業や金融機関が中心である。一方、支援機関を利用しなかった理由としては、「必要がなかった」との回答が最も多く、加えて「どのような支援機関があるのか分からなかった」など、情報不足を背景とする回答も一定数みられる。

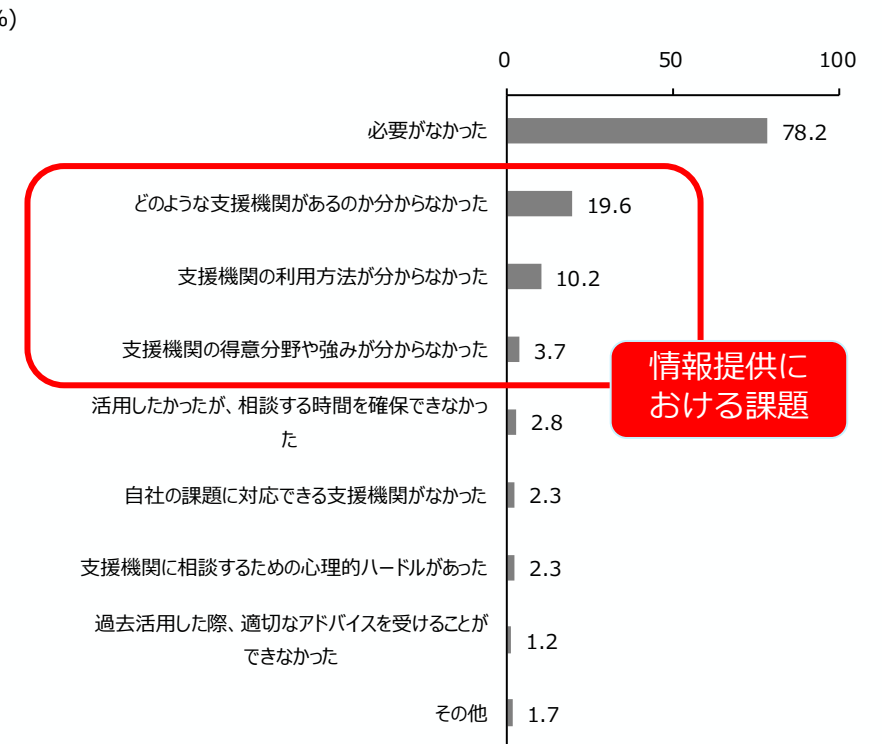
創業準備期における
支援機関の利用割合



支援機関別利用割合
(利用した回答者のみ)

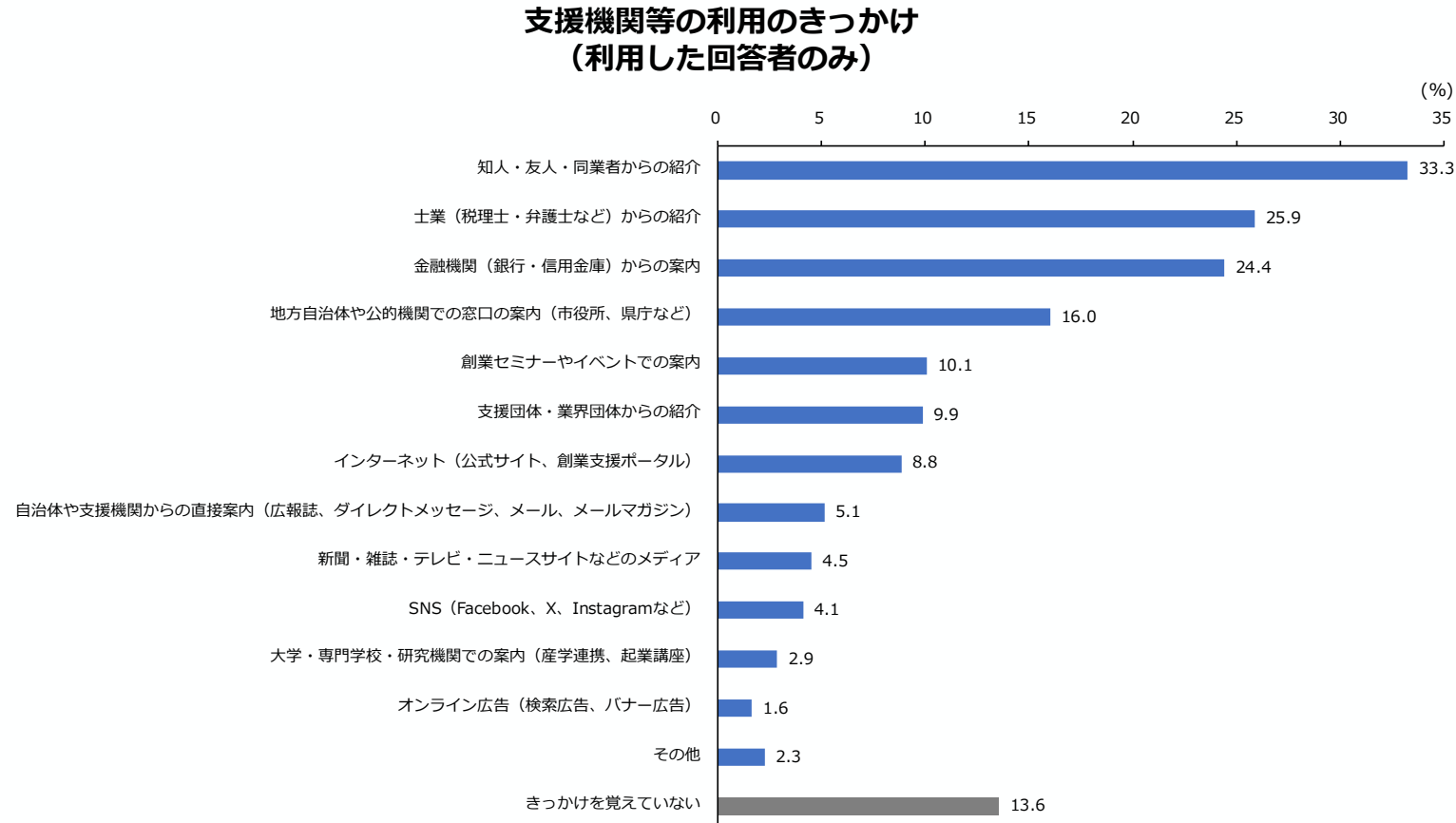


支援機関を利用しなかった理由
(利用しなかった回答者のみ)



支援機関等の利用のきっかけ（創業準備期）

創業に向けた準備期間における支援機関等の利用のきっかけを見ると、「知人・友人・同業者からの紹介」が最も多く、次いで「士業からの紹介」「金融機関からの案内」などが続いている。このことから、人的ネットワークを通じた情報提供が、支援機関等の利用につながる要因の一つとなっていることがうかがえる

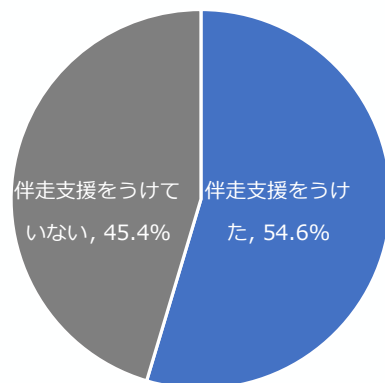


N=487、複数回答可

伴走支援の利用状況（創業準備期）

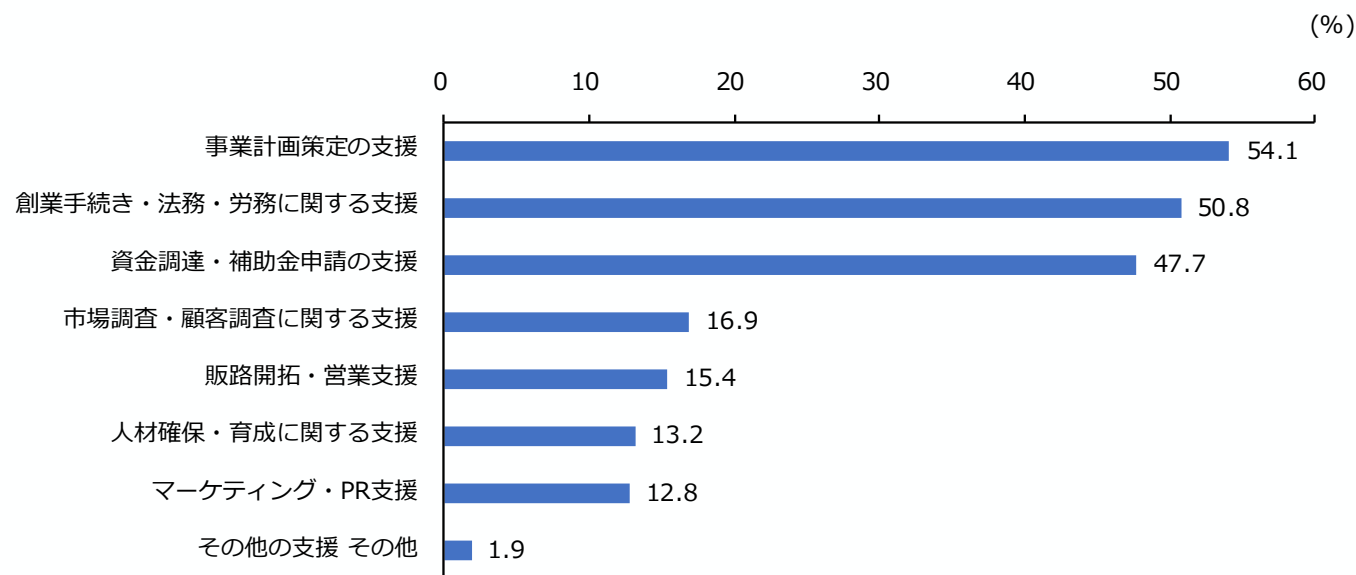
創業に向けた準備期間において支援機関を利用した人のうち、約半数が伴走支援を受けている。伴走支援の内容としては、事業計画策定や創業手続、資金調達・補助金申請に関する支援が多く、創業準備の実務面を中心とした支援が行われている。

創業準備期における伴走支援の利用割合
(支援機関を利用した回答者のみ)



N=487

創業準備期における伴走支援の内容
(伴走支援を受けた回答者のみ)



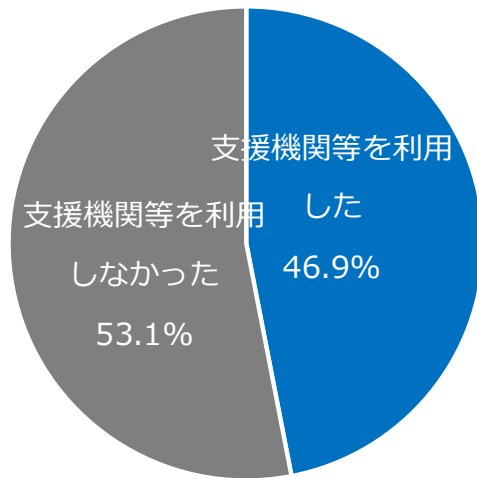
N=266、複数回答可

※伴走支援とは、支援機関が企業に継続的に寄り添い、定期的な対話や面談を通じて課題整理や改善策の検討を一緒に行い、必要に応じて実行までサポートする支援のことです。単発のアドバイスではなく、中長期的に企業の成長を後押しする支援スタイルを指します。

支援機関別利用目的（創業時から創業後5年）

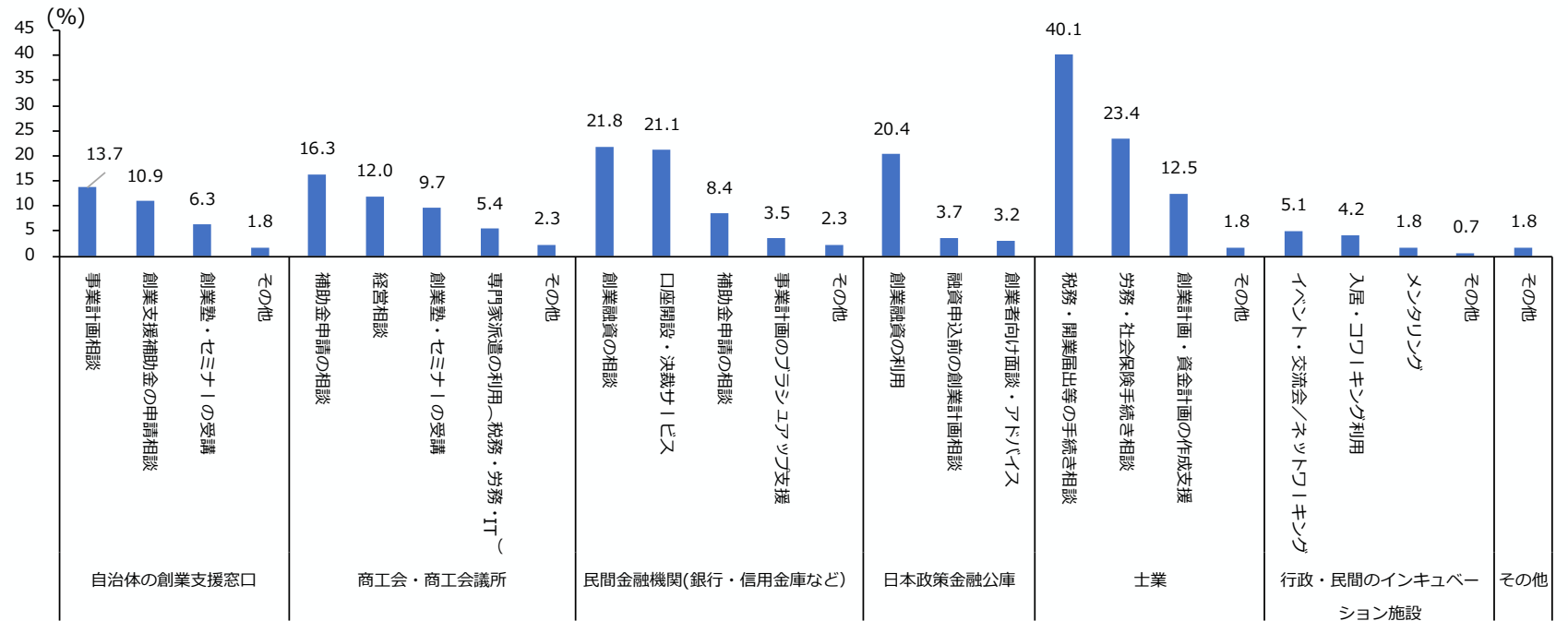
創業時から創業後5年の間に支援機関を利用した創業者は約5割であり、利用目的は資金調達や事業計画策定、経営・財務に関する相談が中心となっている。

創業時から創業後5年における
支援機関の利用割合



N=1,212

支援機関別利用目的
(利用した回答者のみ)

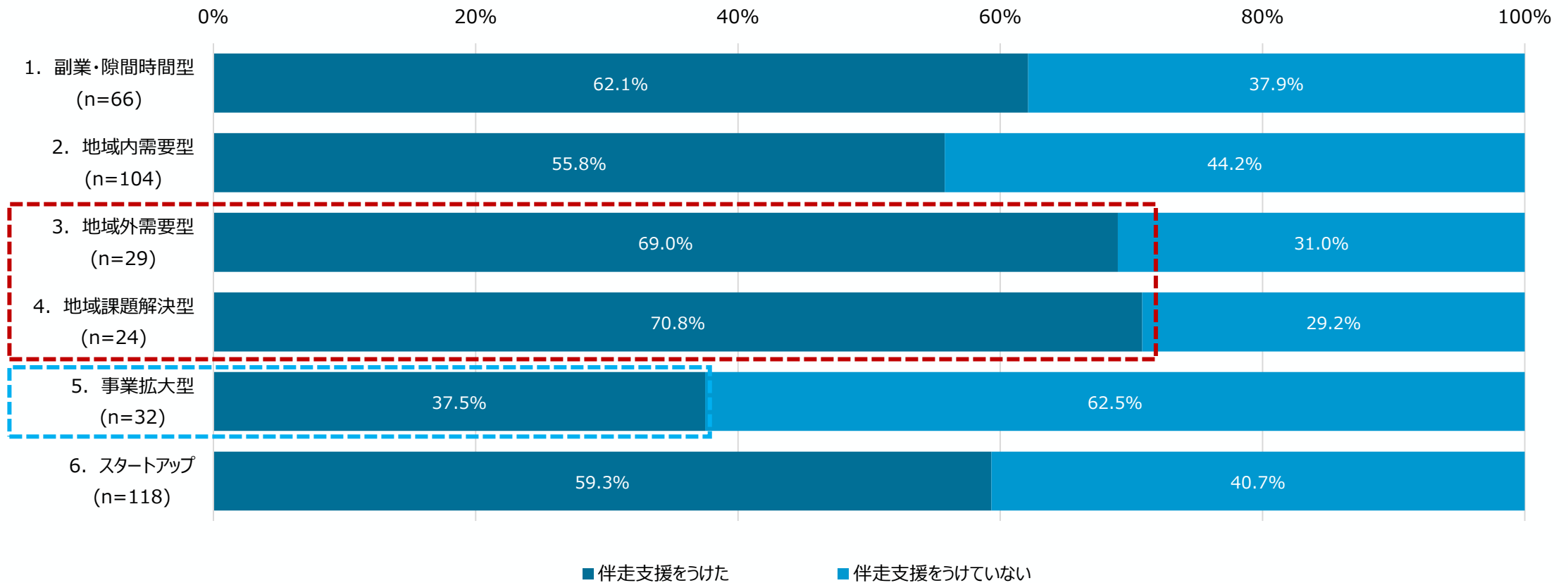


N= 569、複数回答可

創業準備期における伴走支援の利用有無（創業時の成長イメージ別）

支援機関を利用した人のうち、伴走支援を利用したのは「地域外需要型」「地域課題解決型」で多い一方、「事業拡大型」では少ない傾向。

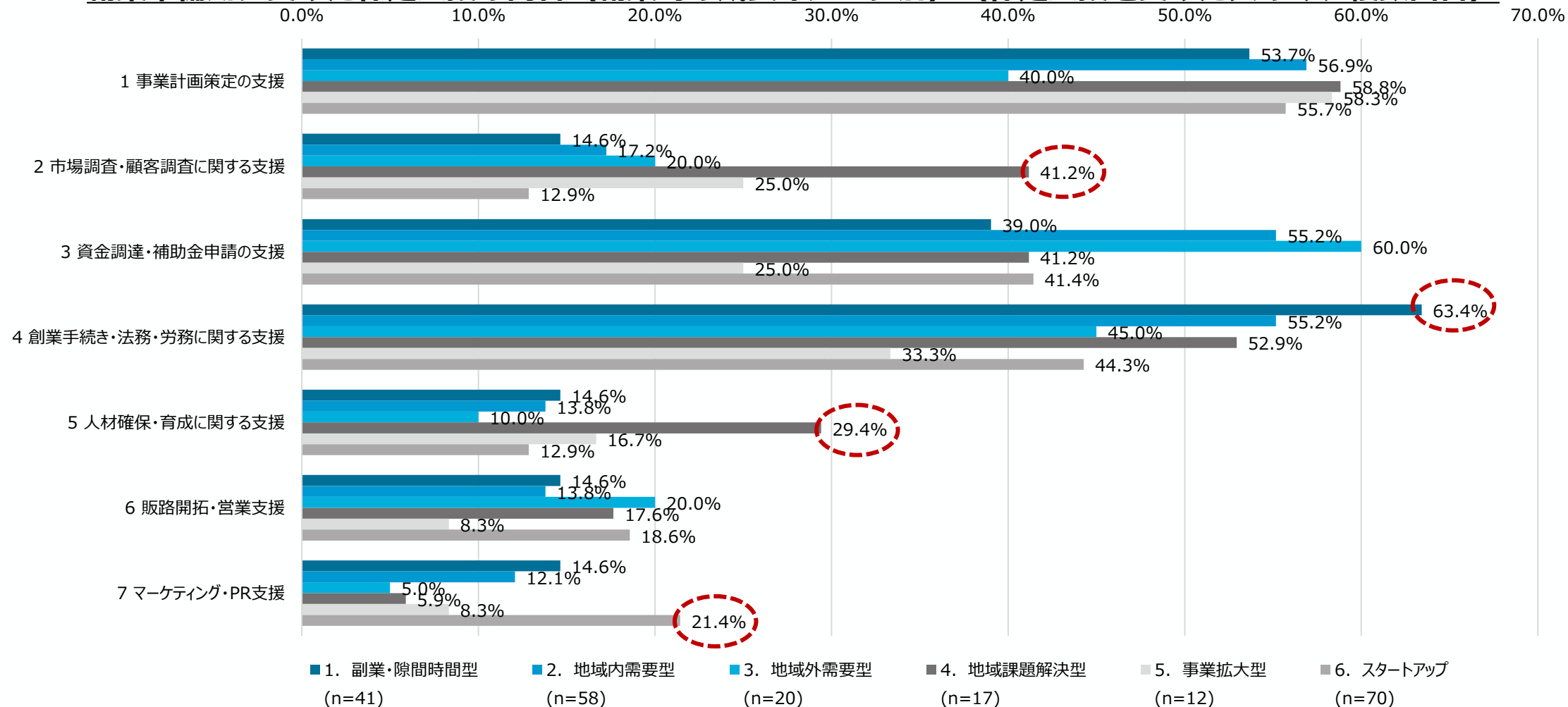
創業準備期における伴走支援の利用有無（成長イメージ別）
（支援機関を利用した人のみ）



創業準備期に受けた伴走支援の内容（創業時の成長イメージ別）

伴走支援を受けた内容として、「地域課題解決型」では市場調査・顧客調査に関する支援と人材確保・育成に関する支援が、「スタートアップ」ではマーケティング・PR支援が、「副業・隙間時間型」では創業手続き・法務・労務に関する支援の割合がそれぞれ高くなっている。

創業準備期に受けた伴走支援の内容（創業時の成長イメージ別）（伴走支援を受けた人のみ、複数回答）

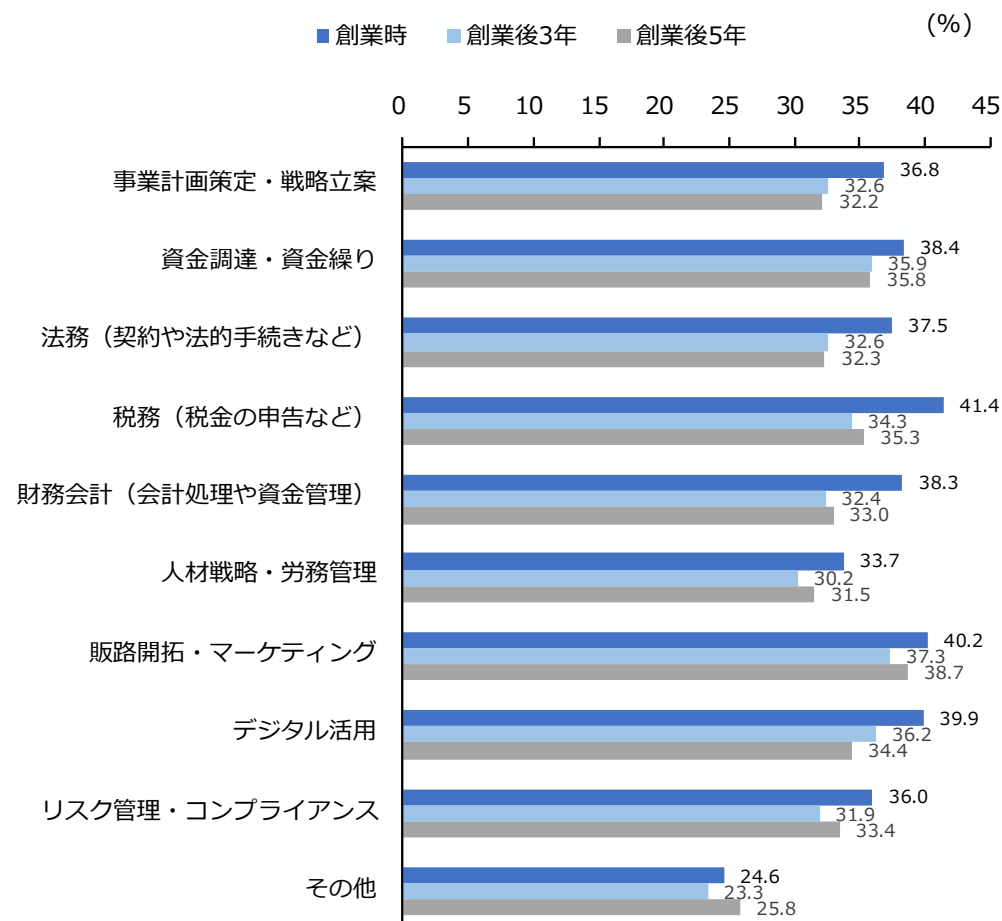


C. 経営課題・支援ニーズ

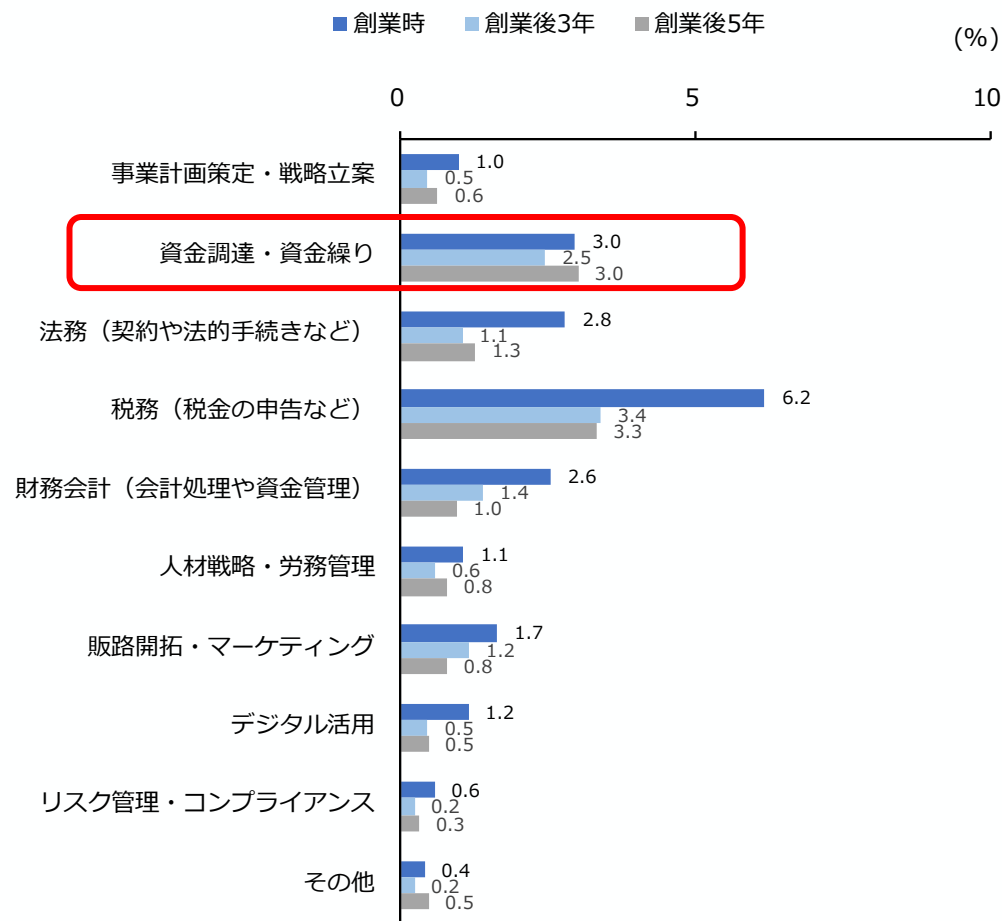
課題・支援ニーズ（創業時、創業後3年・5年）

課題・支援ニーズの状況を見ると、創業時から創業後3年、5年にかけて、「課題あり」と回答する事業者の割合は多くの項目で概ね同水準で推移している。一方で、資金調達・資金繰りについて「支援が必要」とする事業者の割合は、創業後5年時点で創業時と同程度に高く、事業の継続・成長段階において資金面の支援ニーズが高まっていることがうかがえる。

「課題あり」の回答割合



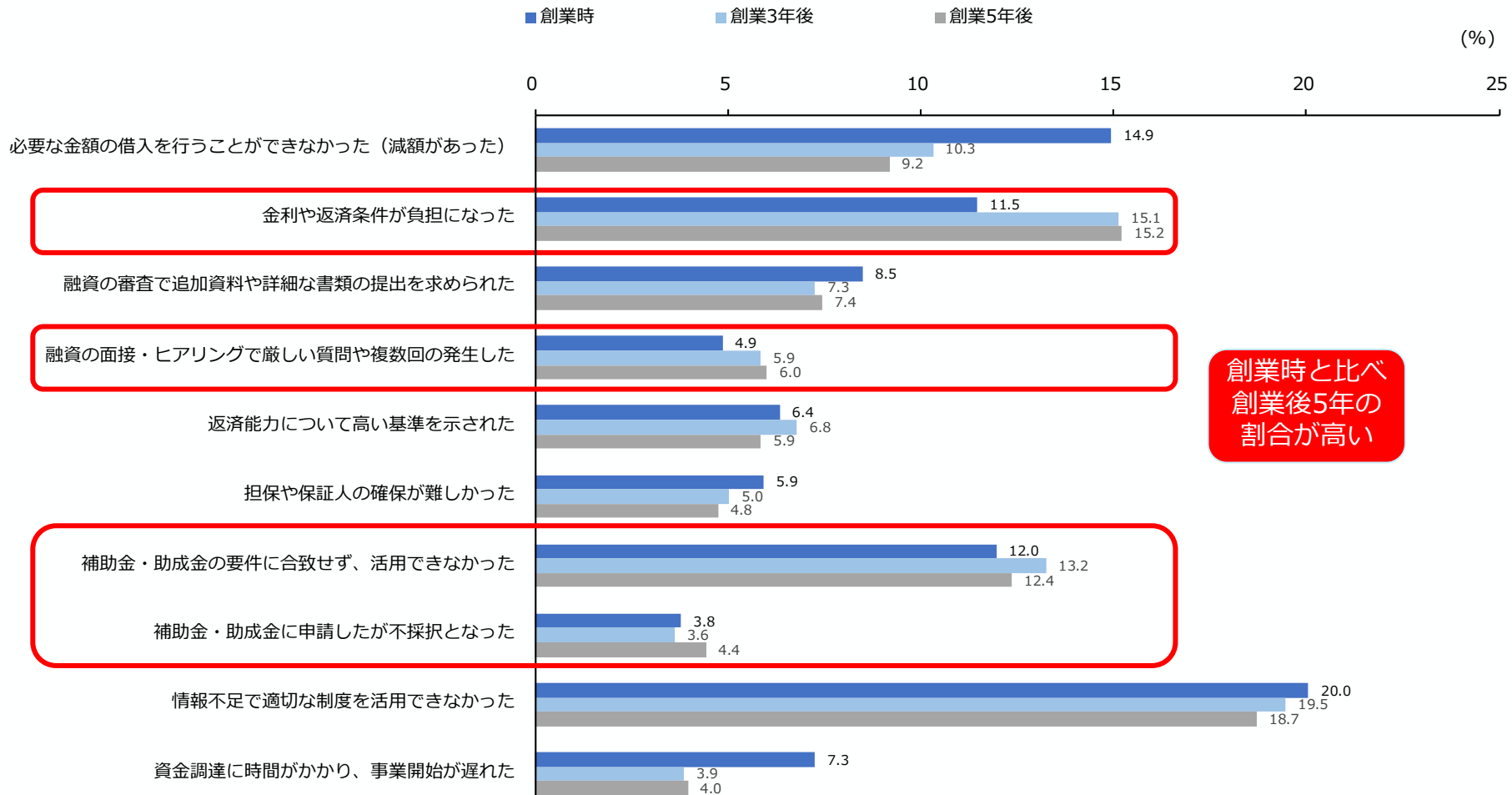
「支援が必要」の割合



創業時：N=1,212、創業後3年：N=853、創業後5年：N=631、複数回答可

資金面の課題（創業時、創業後3年・5年）

資金面の課題を見ると、創業時と比べて創業後5年時点において、課題として挙げられる割合が高まっている項目が複数みられる。特に、金融機関の金利や返済条件の課題、融資の面接・ヒアリングの長期化、補助金・助成金の条件や活用面での課題については、創業時と比較して創業後5年で相対的に割合が高くなっている。

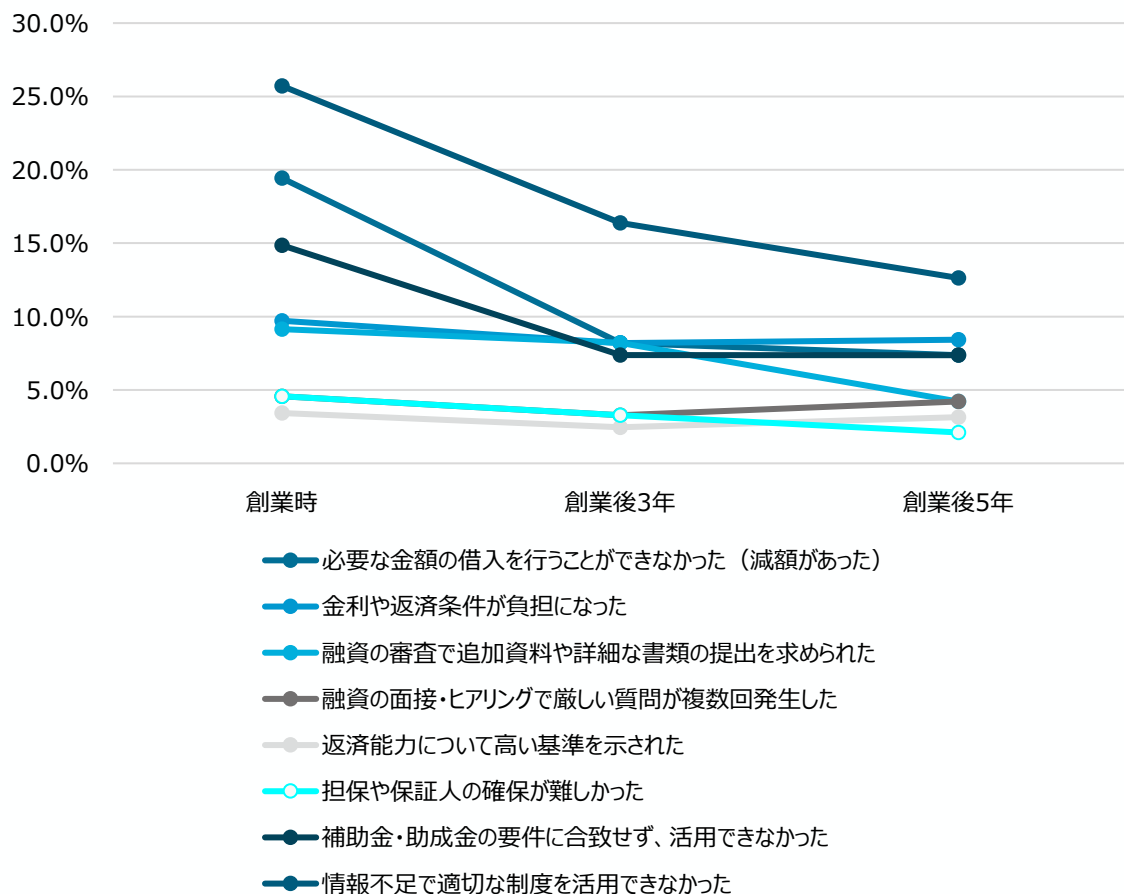


創業時と比べ
創業後5年の
割合が高い

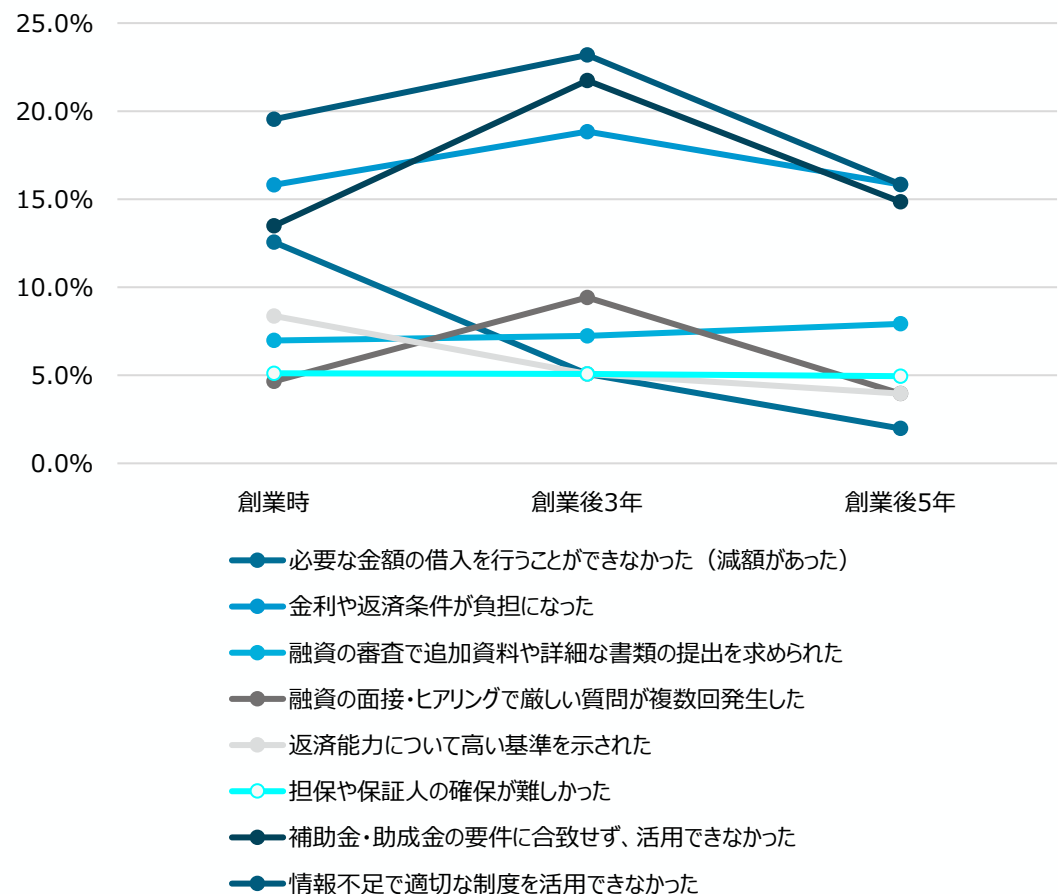
資金面の課題変化（各時点の成長イメージ別）①

「副業・隙間時間型」は「情報不足で適切な制度を活用できなかった」との回答が最も多いが、時間の経過に伴い減少。「地域内需要型」は「情報不足で適切な制度を活用できなかった」が創業後3年で増加するものの、創業後5年では減少。

資金面の課題変化（創業時→創業後1年→創業後5年）
（1. 副業・隙間時間型）



資金面の課題変化（創業時→創業後1年→創業後5年）
（2. 地域内需要型）

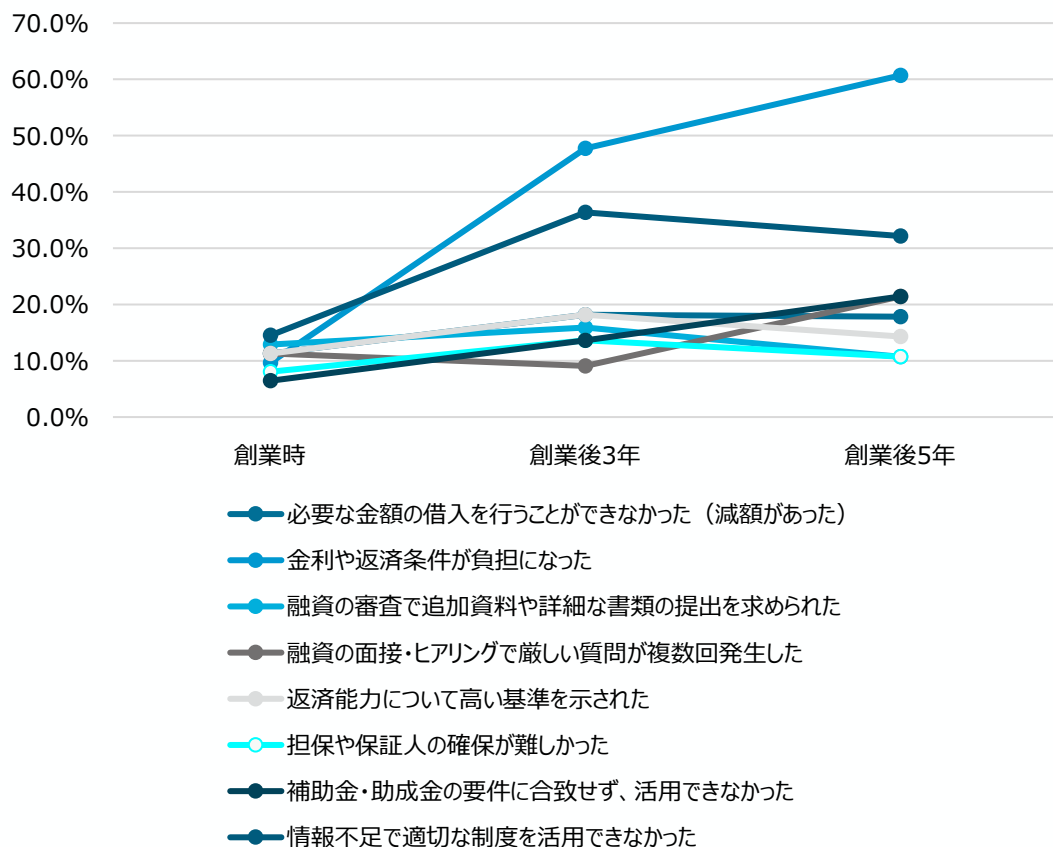


資金面の課題変化（各時点の成長イメージ別）②

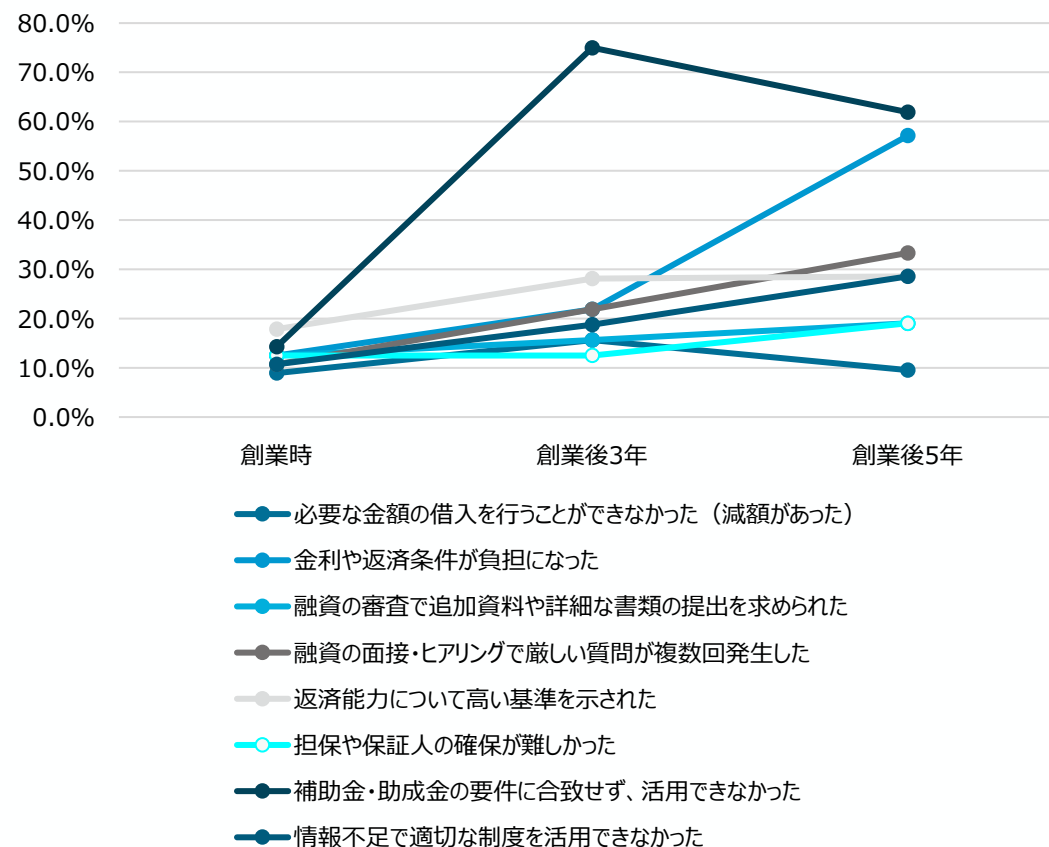
「地域外需要型」は、「金利や返済条件が負担になった」の割合が3年後、5年後と高まっていく傾向。

「地域課題解決型」は、「補助金・助成金の要件に合致せず、活用できなかった」との回答が創業後3年で急激に高まる。

**資金面の課題変化（創業時→創業後1年→創業後5年）
（3. 地域外需要型）**



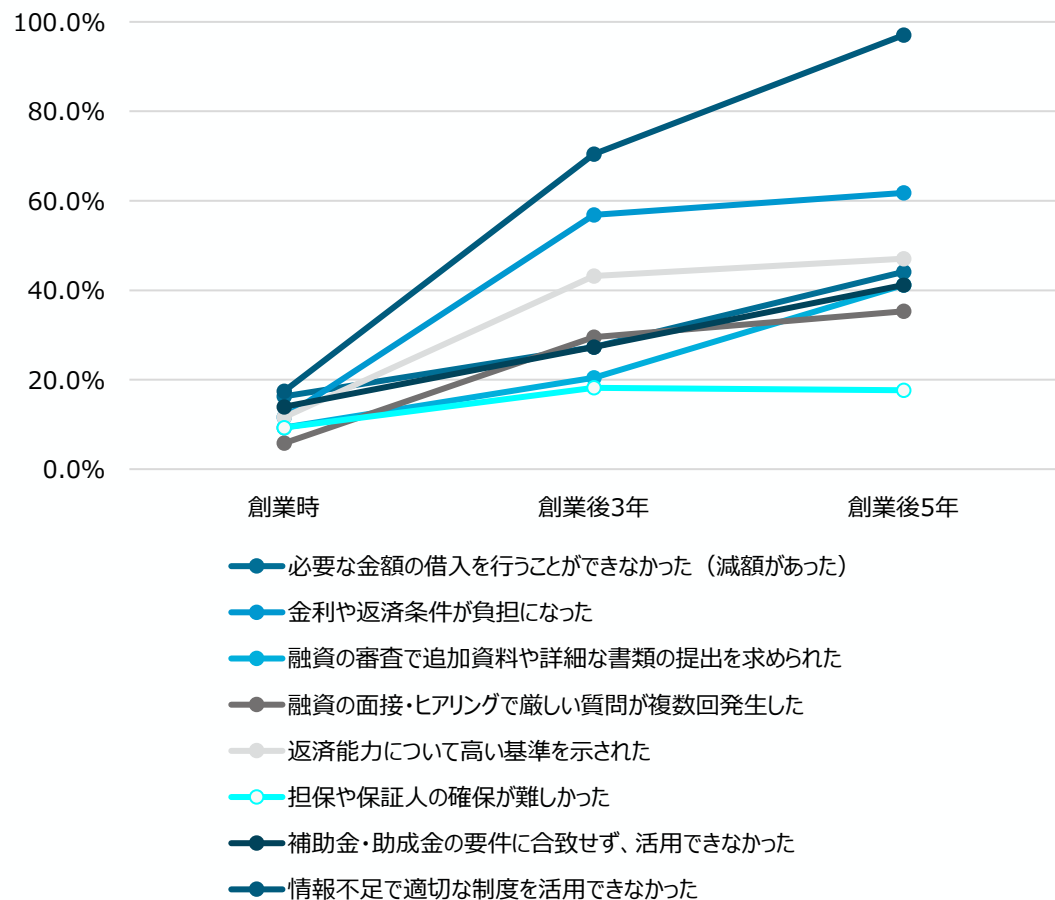
**資金面の課題変化（創業時→創業後1年→創業後5年）
（4. 地域課題解決型）**



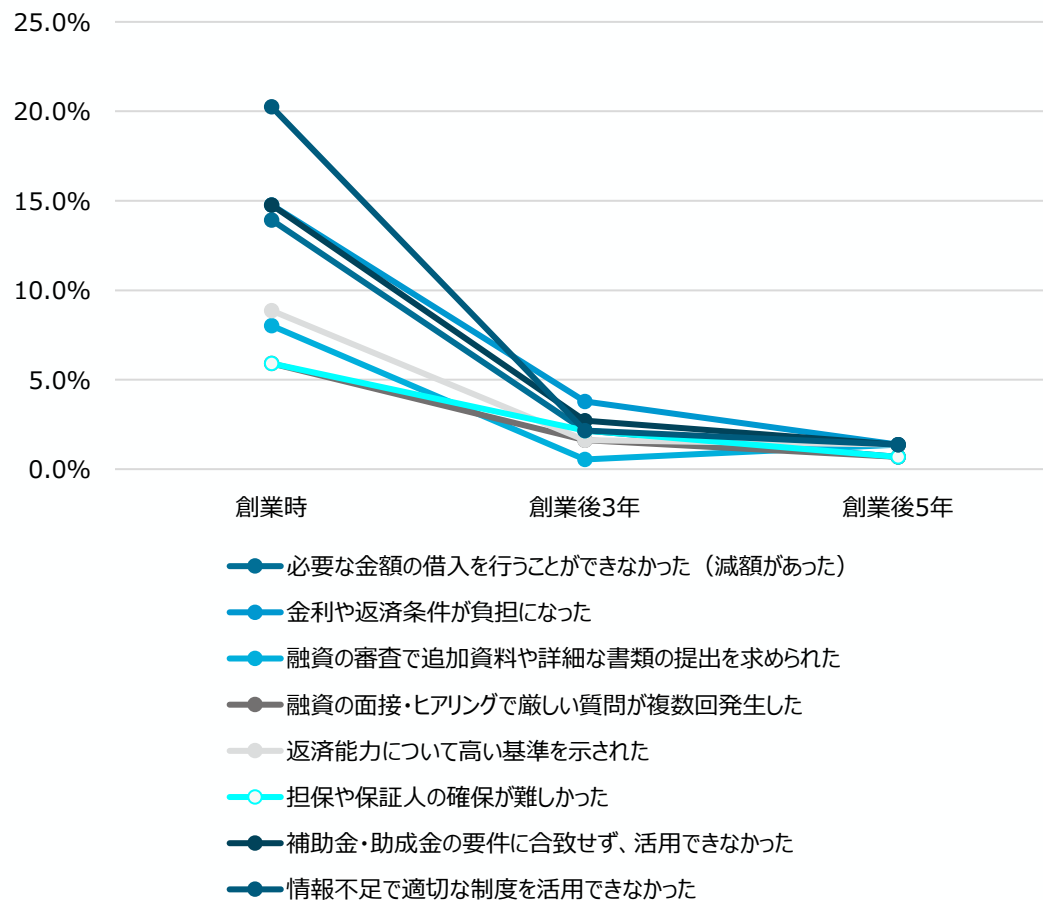
資金面の課題変化（各時点の成長イメージ別）③

「事業拡大型」は「情報不足で適切な制度を活用できなかった」との回答割合が時間経過とともに高まっていく傾向。逆に「スタートアップ」は「情報不足で適切な制度を活用できなかった」との回答割合が減少（ただしn数の減も影響）。

資金面の課題変化（創業時→創業後1年→創業後5年）
（5. 事業拡大型）



資金面の課題変化（創業時→創業後1年→創業後5年）
（6. スタートアップ）

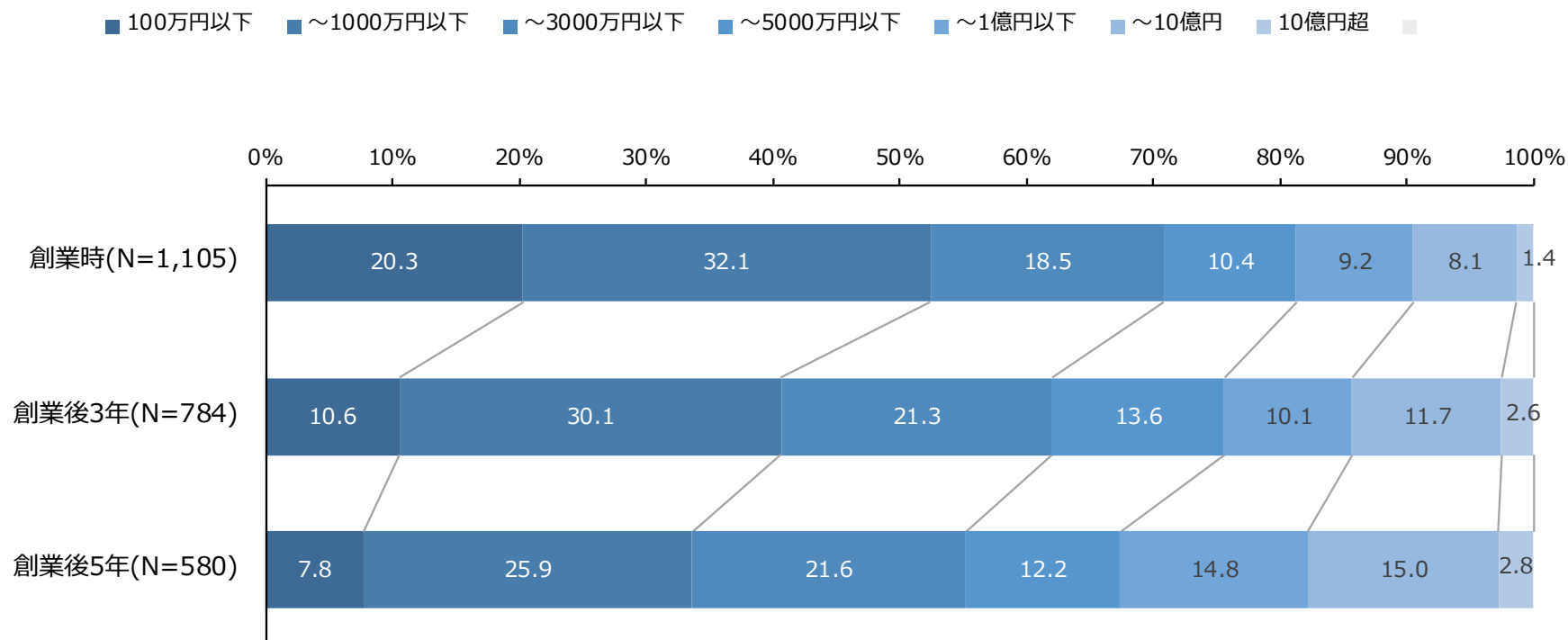


d. 事業拡大・成長

売上高の推移（創業後1年・3年・5年）

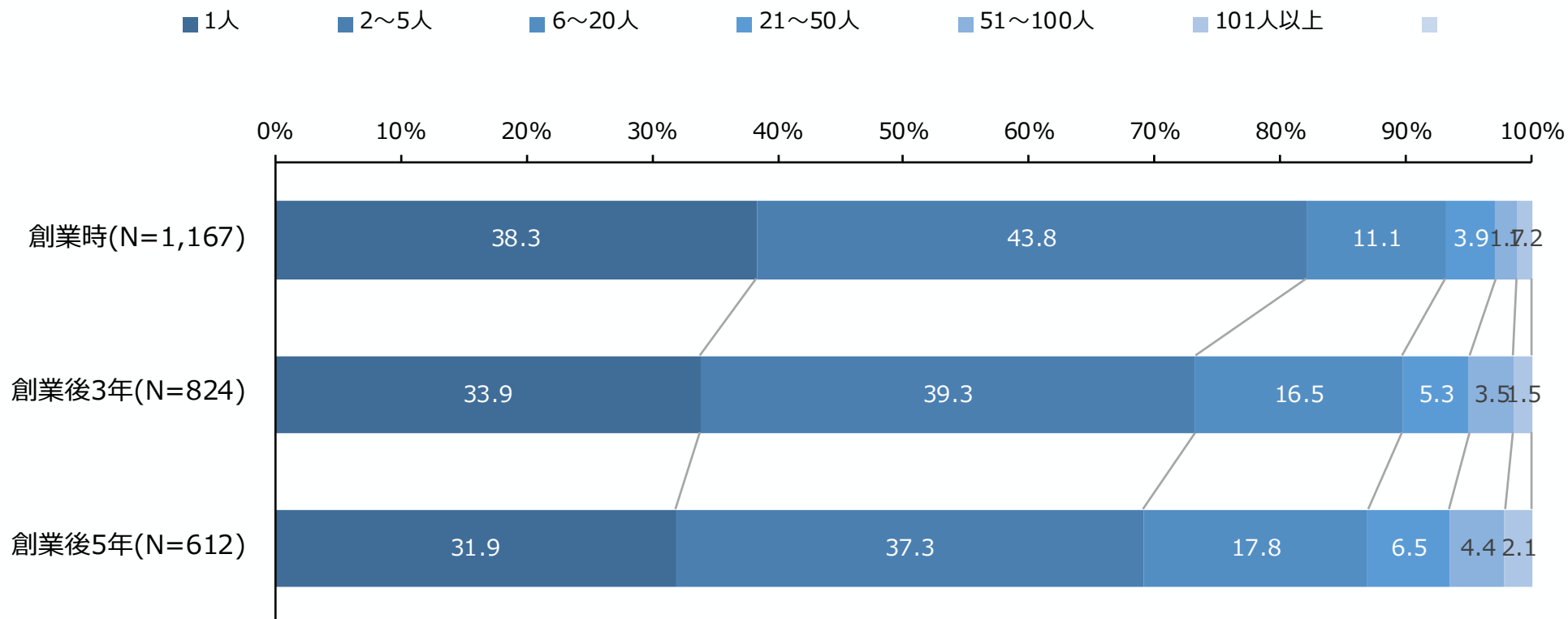
創業後の売上高の推移を見ると、創業1年時点では売上規模が比較的小さい層の割合が高いが、創業後3年、5年と経過するにつれて、売上高が拡大する層の割合が徐々に増加している。

特に、創業後5年では1,000万円以上の売上を計上する事業者の割合が高まっており、事業の継続・成長に伴い売上規模が拡大していく傾向がうかがえる。



従業者数の推移（創業後1年・3年・5年）

創業時は5人以下の事業者が中心であるが、創業後の経過とともに5人以上の事業者の割合が増加している。

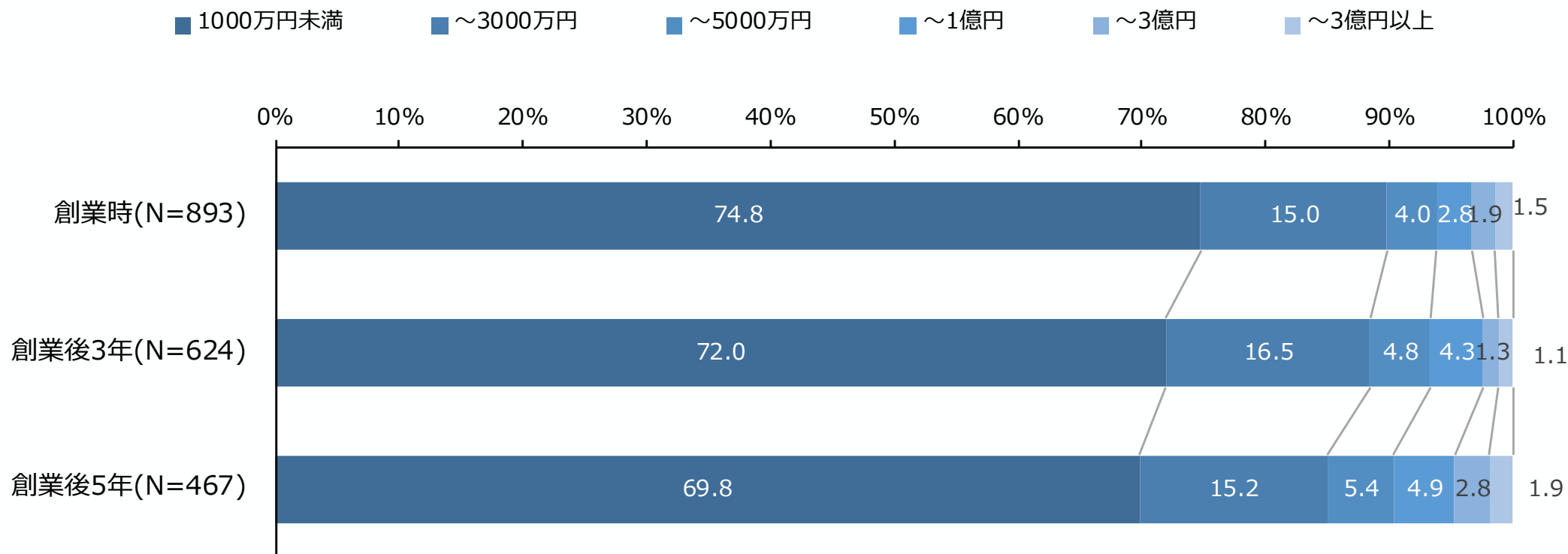


※従業者数は、社長、有給役員、個人事業主、正社員・正職員、常用・臨時の雇用者、派遣受入労働者など、事業に実際に従事しているすべての人を含めてお答えください。また、個人事業主の家族で、賃金・給与を受けずに日常的に事業を手伝っている人も含まれます。

※従業者数が「分からない」との回答を除いて集計

資本金の推移（創業後1年・3年・5年）

創業時は1,000万円未満の資本金で創業する事業者が中心であり、創業後も大きな構成比の変化はみられないが、5年時点では1,000万円以上の割合がやや増加している



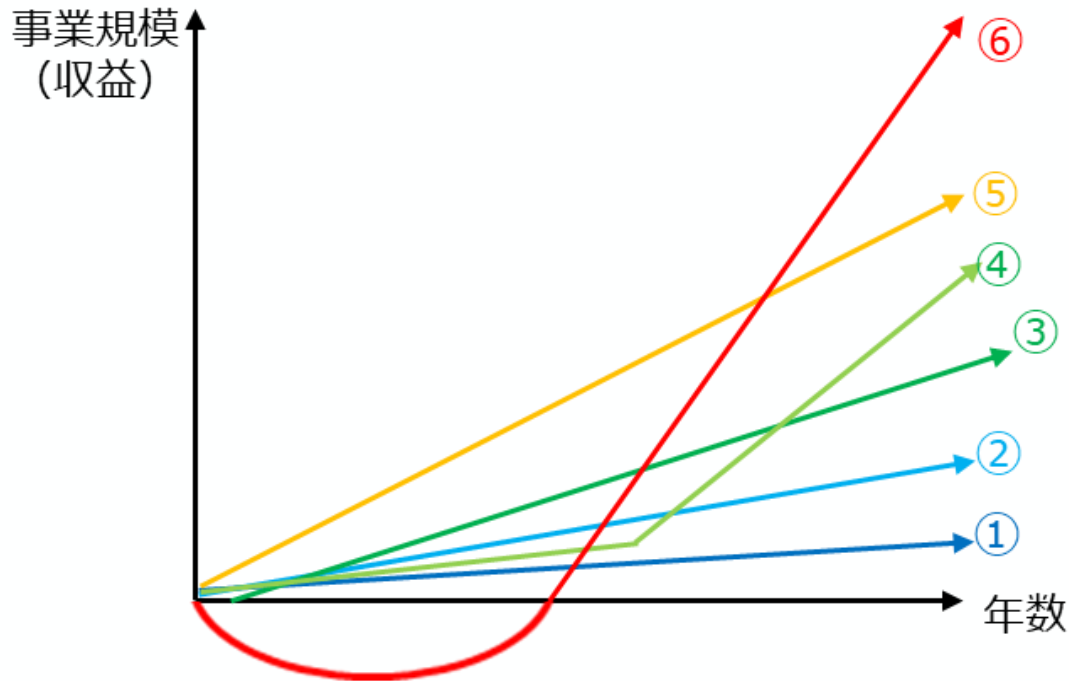
※「法人経営」のみ回答

※資本金が「分からない」との回答を除いて集計

事業拡大・成長のイメージ（質問方法）【再掲】

創業後の成長をどのように捉えているかを把握するため、創業時、創業後3年、創業後5年の各時点において、事業拡大・成長のイメージとして最も近いものを尋ねた。本質問は、創業者が想定する成長の方向性やスピード感が、時間の経過に伴いどのように変化するかを整理することを目的としている。

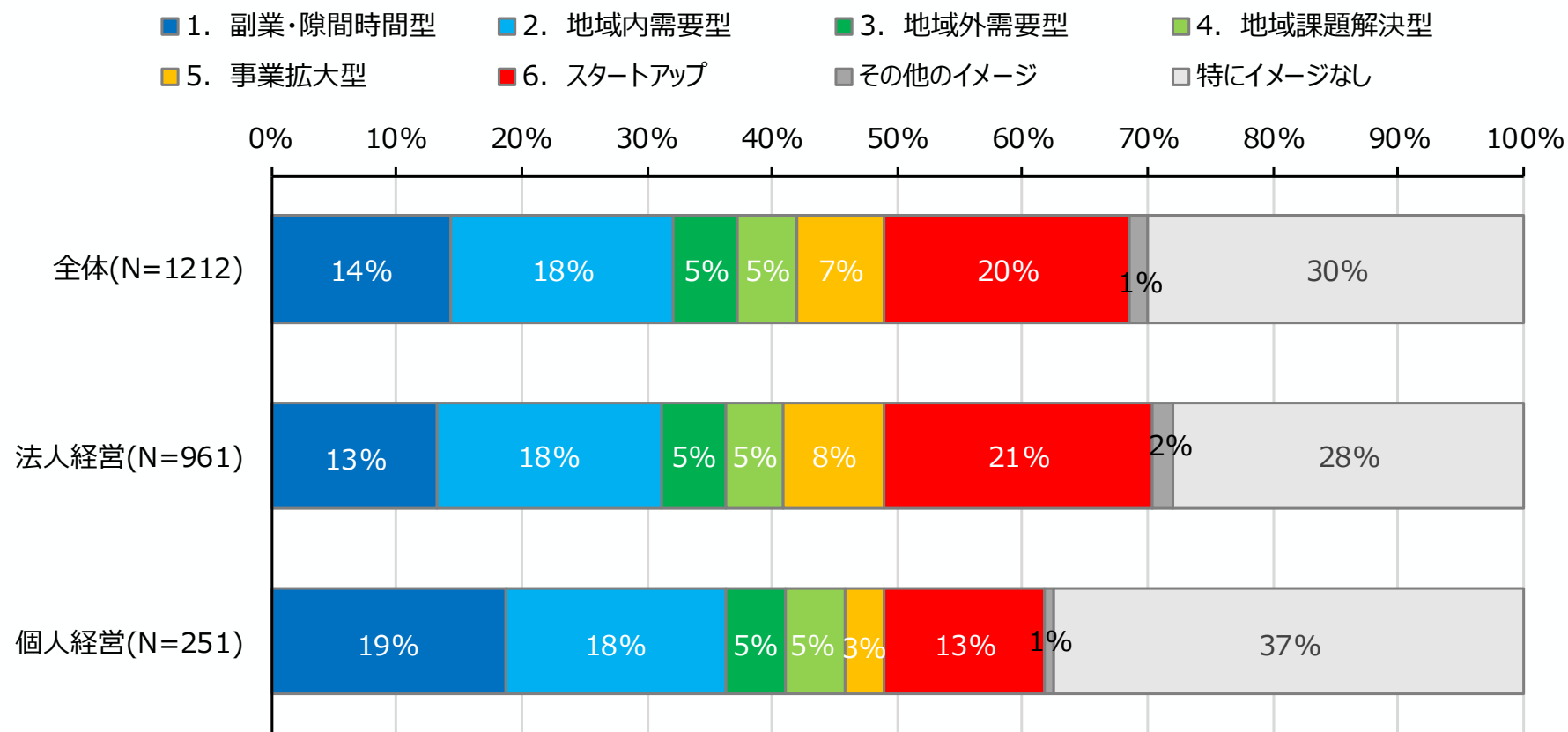
Q30 創業時、創業後3年、創業後5年の各時点において描いていた事業拡大・成長のイメージについて、もっとも近いものを1つずつ回答してください【単一回答】



選択肢	グラフ	事業規模の説明
1. 副業・隙間時間型	①	本業・その他の収入を超えない規模で推移
2. 地域内需要型	②	地域に必要なインフラとして地域内の需要を取り込み、緩やかに成長
3. 地域外需要型	③	地域外の需要を取り込みつつ、安定的に成長
4. 地域課題解決型	④	創業当初は低利だが、社会性の評価等を通じて新市場を開拓し、一定成長
5. 事業拡大型	⑤	高付加価値な製品・サービスを戦略的に供給し、高い成長率で推移（市場＝国内）
6. スタートアップ	⑥	創業投資は積極的に投資を行い（赤字）、その後急成長へ（市場＝グローバル）

事業拡大・成長のイメージ（経営組織別・創業時）

創業時の事業拡大・成長のイメージを経営組織別に見ると、法人経営では、「スタートアップ」や「事業拡大型」をイメージする割合が個人経営より高い。一方、個人経営では「特にイメージなし」が約4割であり、法人経営と比べて創業時点での成長イメージが明確でない割合が高い。

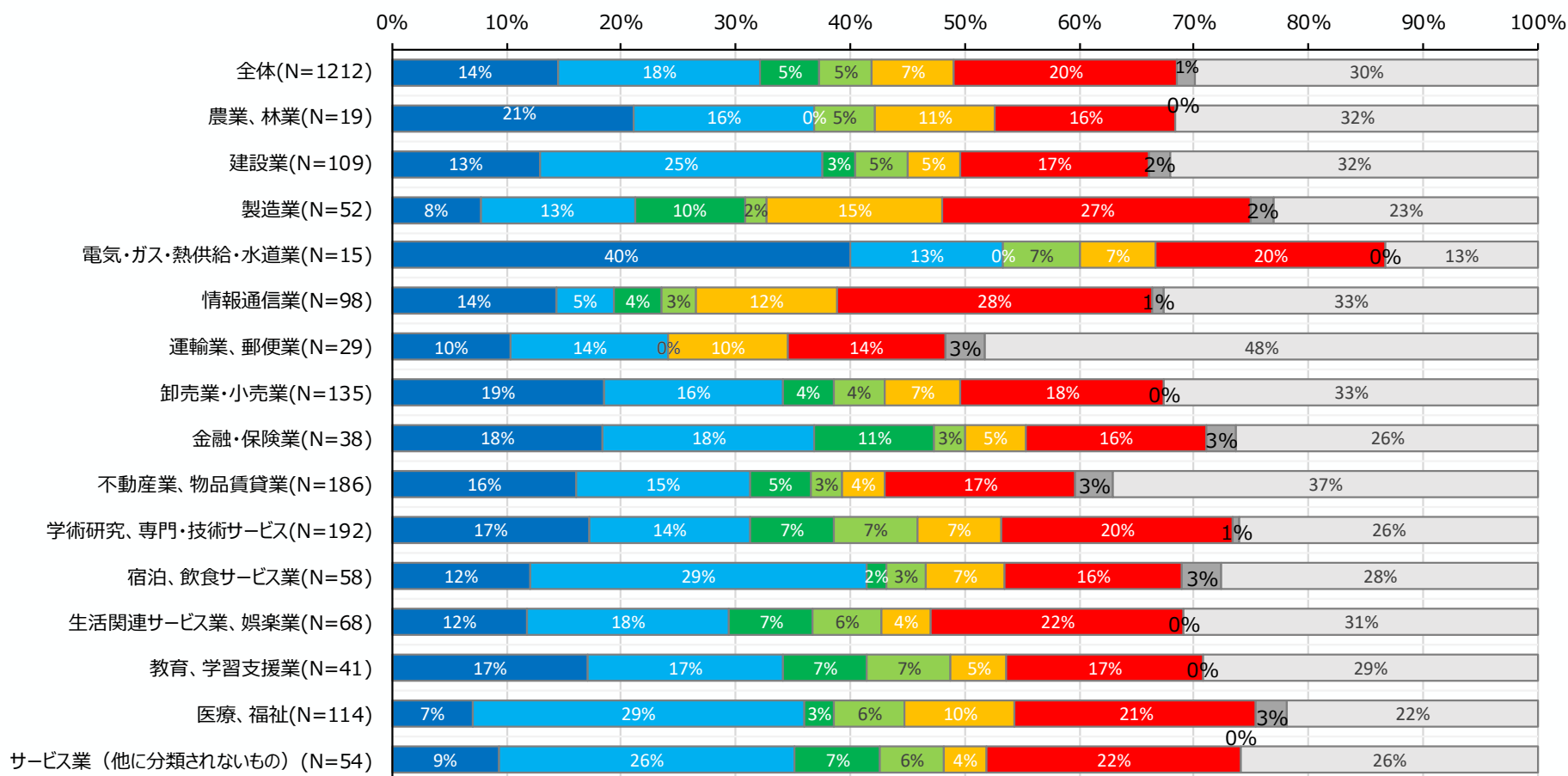


N=1,212

事業拡大・成長のイメージ（産業別・創業時）

創業時の事業拡大・成長のイメージを産業別に見ると、「地域内需要型」は「宿泊・飲食サービス業」「医療・福祉業」「建設業」で割合が高く、「事業拡大型」では「製造業」で割合が高いなど、業種によって特徴的な差異がみられる。

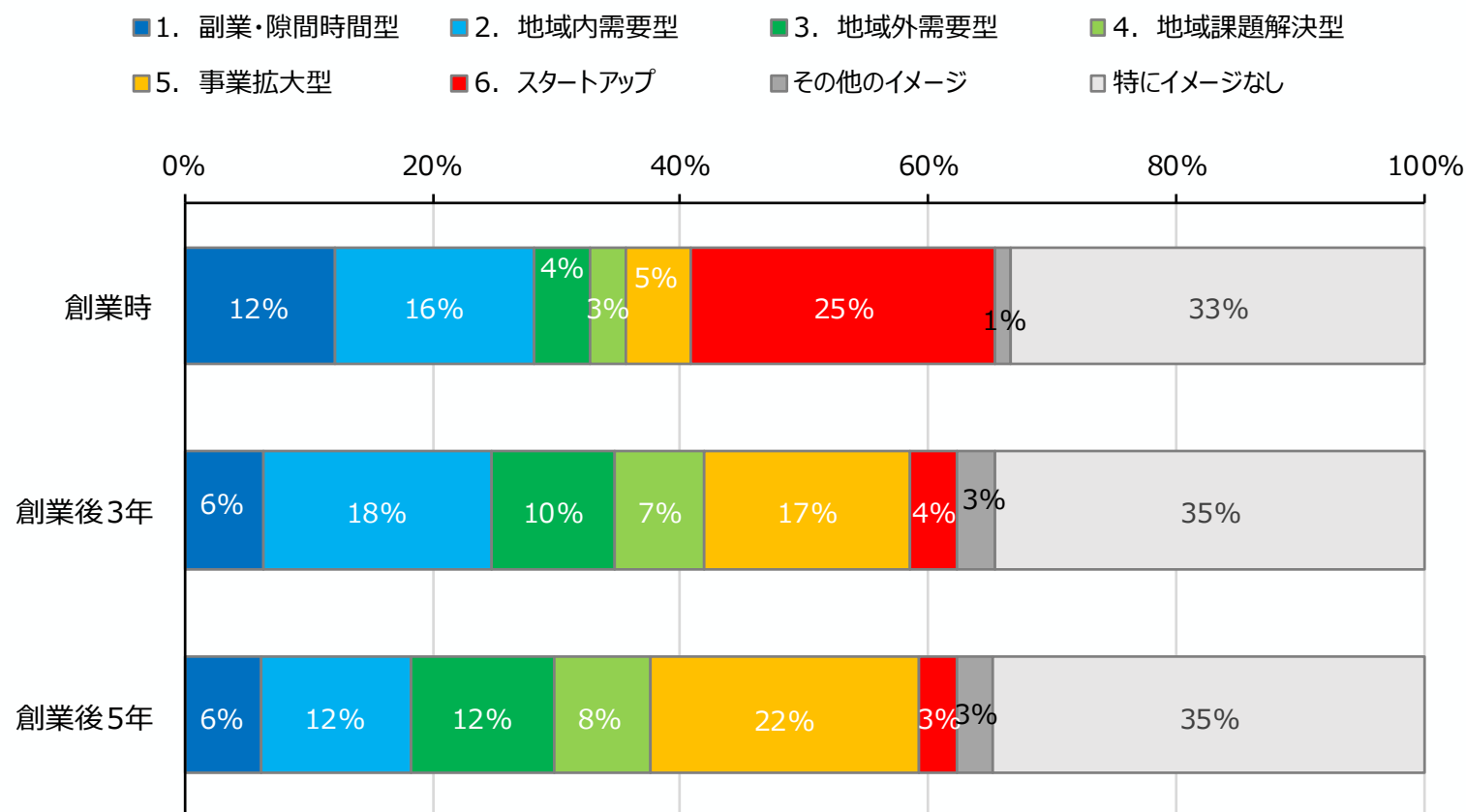
■ 1. 副業・隙間時間型 ■ 2. 地域内需要型 ■ 3. 地域外需要型 ■ 4. 地域課題解決型 ■ 5. 事業拡大型 ■ 6. スタートアップ ■ その他のイメージ □ 特にイメージなし



N=1,212

事業拡大・成長のイメージ（創業時・創業3・5年後）

創業時の成長イメージは「スタートアップ」「地域内需要型」「副業・隙間時間型」の順に高いが、創業後5年時点では、創業時と比べて「事業拡大型」「地域外需要型」「地域課題解決型」の割合が増加しており、事業の進展に伴い成長イメージが変化していく可能性が示唆される。

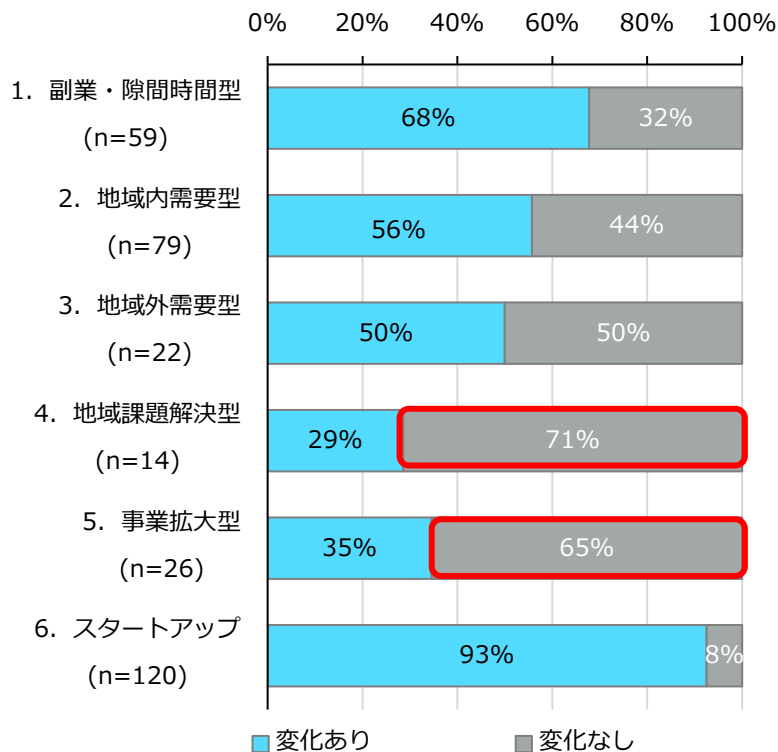


事業拡大・成長のイメージ（創業時・5年後）

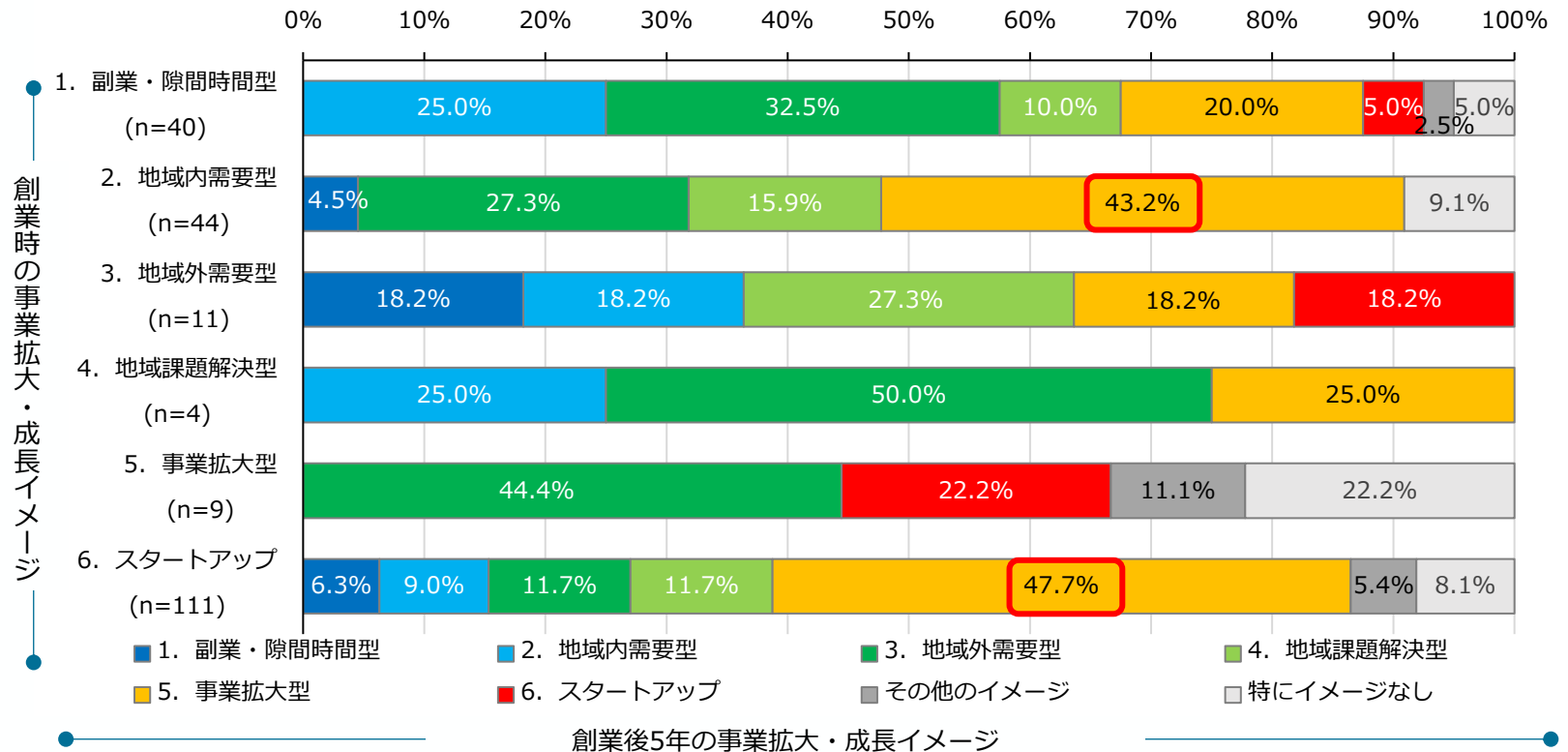
創業時の事業拡大・成長イメージ別にみると、「地域課題解決型」と「事業拡大型」は創業後も同イメージを維持する割合が高く（それぞれ71%、65%）、創業時の志向が比較的持続しやすい類型であることがうかがえる。

変化の内訳をみると、創業後5年時点で「スタートアップ」や「地域内需要型」から「事業拡大型」への変化が目立つ。

成長イメージの変化有無 （創業時→創業後5年）



成長イメージの変化の内訳 （創業時→創業後5年）

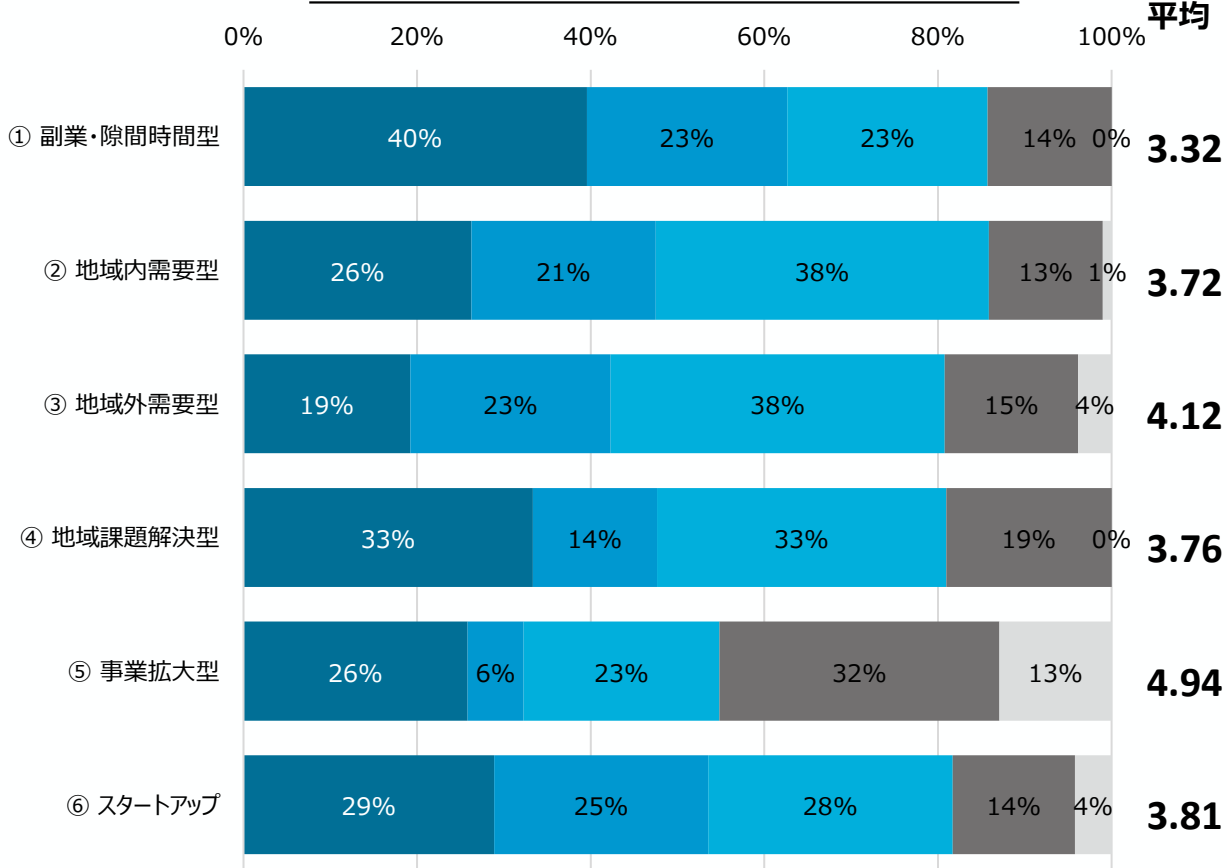


※2019年以前に創業し、創業後5年時点で事業を継続している回答者のみ集計

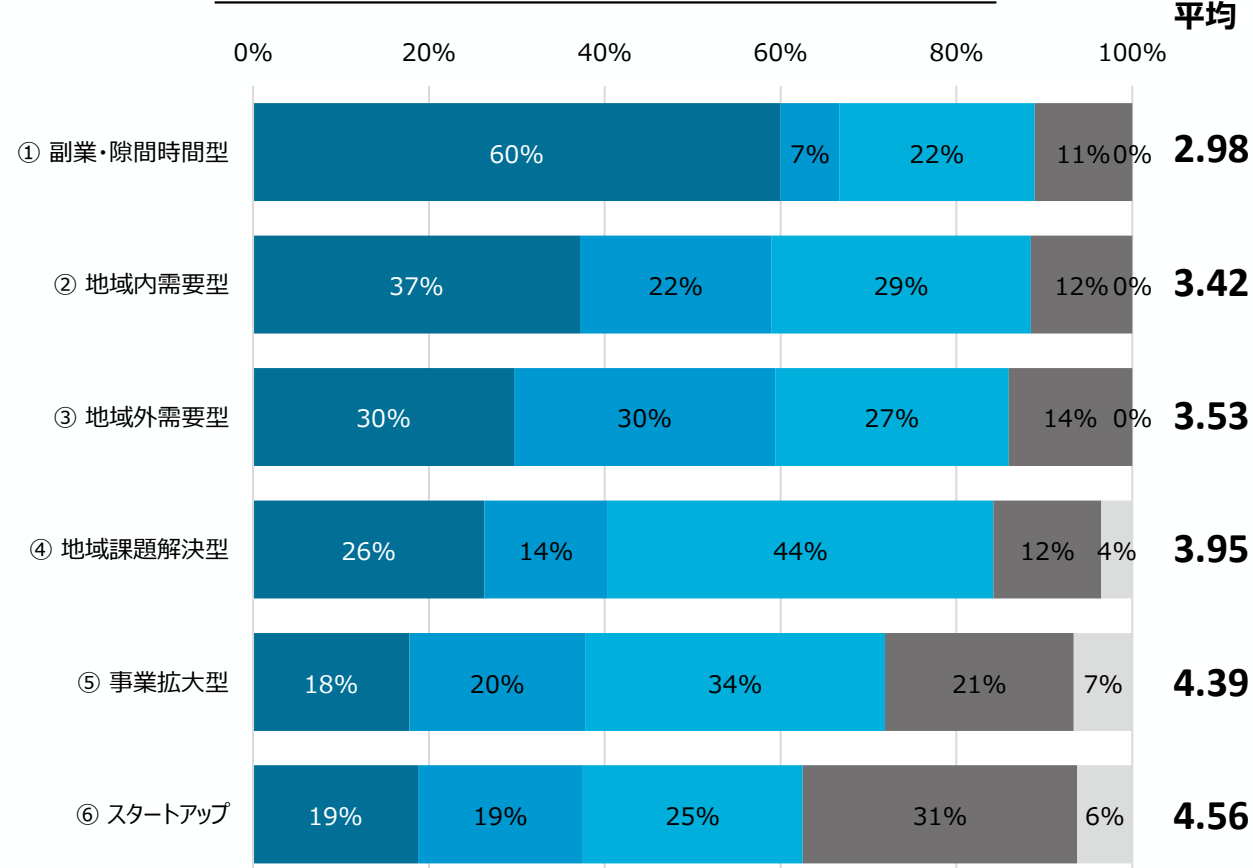
成長イメージと創業後5年売上高の関係

創業時の成長イメージが類型①②③⑤の回答者は、類型番号が上がる（①→②→、…、→⑥）につれて、創業後5年の売上高のカテゴリ平均スコアが上昇（それ以外の類型④⑥は、創業時のイメージと5年後の実態の乖離がある可能性）。一方、創業後5年の成長イメージでは、類型番号が上がるにつれて売上高のカテゴリ平均スコアが上昇している。

創業時の成長イメージと5年後売上高



創業後5年の成長イメージと5年後売上高



■ 1000万円以下 ■ 1000万円超～3000万円以下 ■ 3000万円超～1億円以下 ■ 1億円超～10億円以下 ■ 10億円超

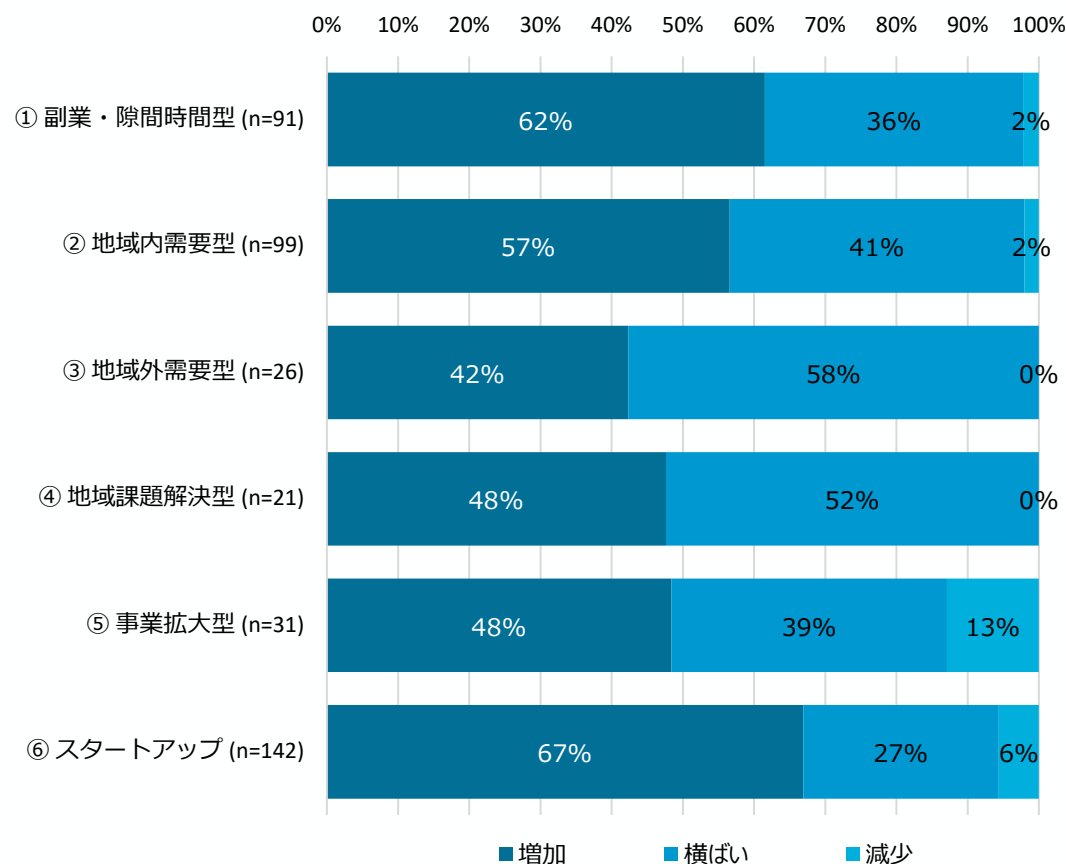
■ 1000万円以下 ■ 1000万円超～3000万円以下 ■ 3000万円超～1億円以下 ■ 1億円超～10億円以下 ■ 10億円超

※カテゴリ平均スコアは、1000万円以下を「1」、10億円超を「5」として回答割合に応じた加重平均をとって算出している。

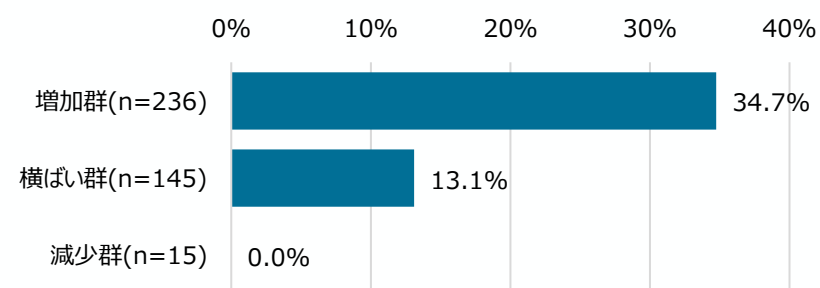
創業時の成長イメージと創業後5年の売上高増減の関係

創業後1～5年の売上高を比較すると、多くは増加または横ばいとなっている（それぞれ売上増加群、横ばい群と呼称）。売上増加群は、横ばい群または減少群と比較して、創業時から創業後5年にかけて成長イメージ（類型）が上昇している割合が高い（売上増加群：34.7%、横ばい群：13.1%。減少群：0%）。

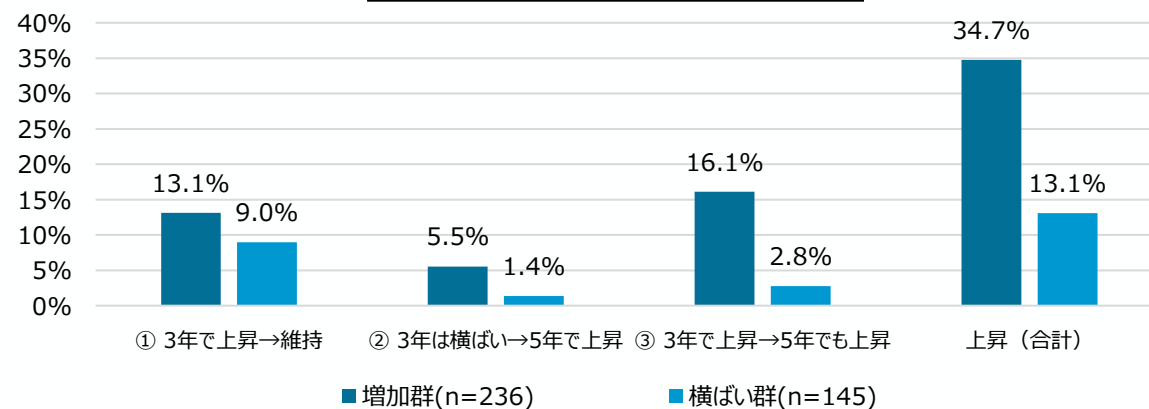
**売上高の増減（創業後1年と5年の比較）
（創業時の成長イメージ別）**



**成長イメージの上昇割合（創業時→創業後5年）
（5年後売上高の増減別）**



**成長イメージの上昇パターンの分布（創業時→創業後5年）
（5年後売上高の増減別）**



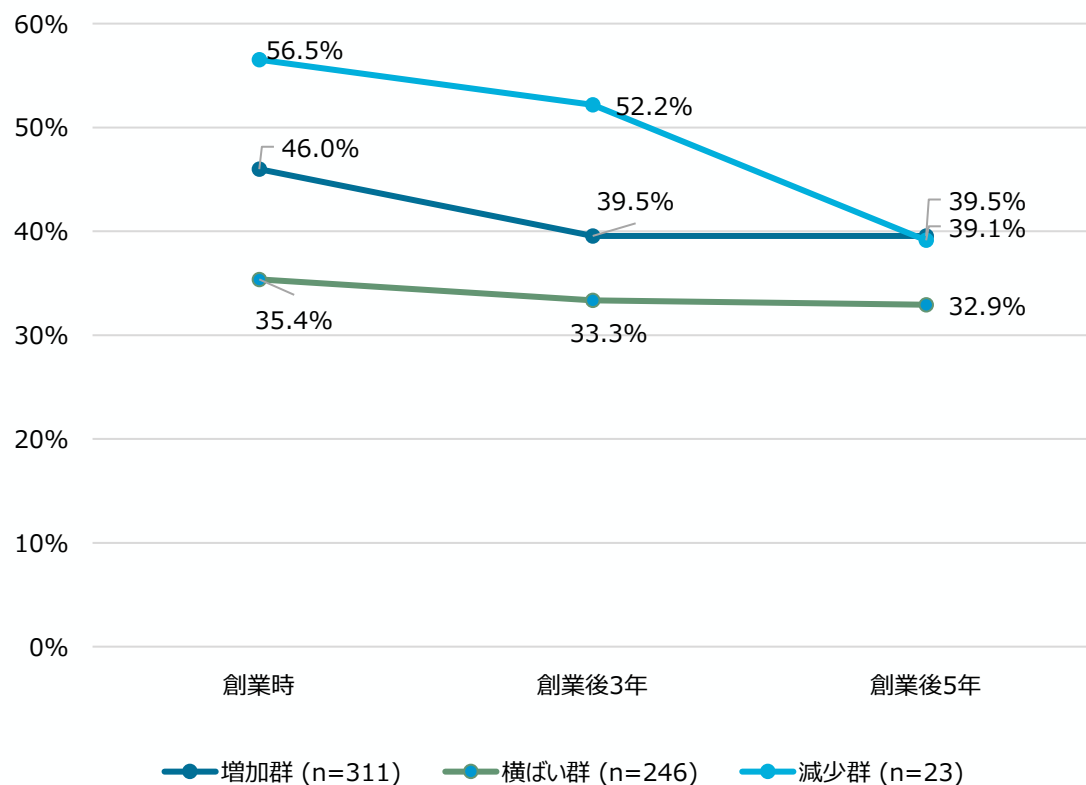
※2時点（創業後1年・5年）の売上高がいずれも欠損していない回答を母数として集計。

創業後5年の売上高増減と資金面の課題の関係

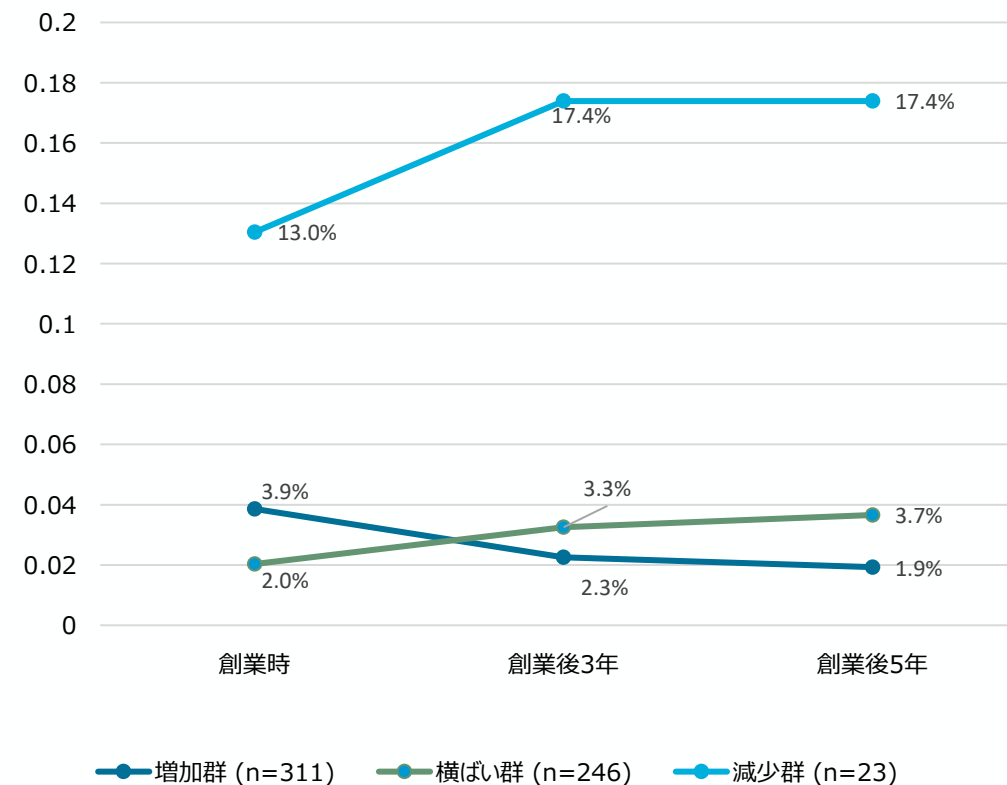
資金調達・資金繰りに課題ありと回答した割合（自社で解決できる、支援が必要の合算値）は、売上高の増減によらず、時間経過とともに減少する傾向。各時点とも横ばい群が最も課題ありの割合が低い。

うち、課題があり、かつ外部支援が必要と回答した割合は、減少群で最も高く、増加群では減少基調となっている。

各時点における資金調達・資金繰りの課題あり（自社で解決+支援が必要）割合



資金調達・資金繰りに関する外部支援の必要割合

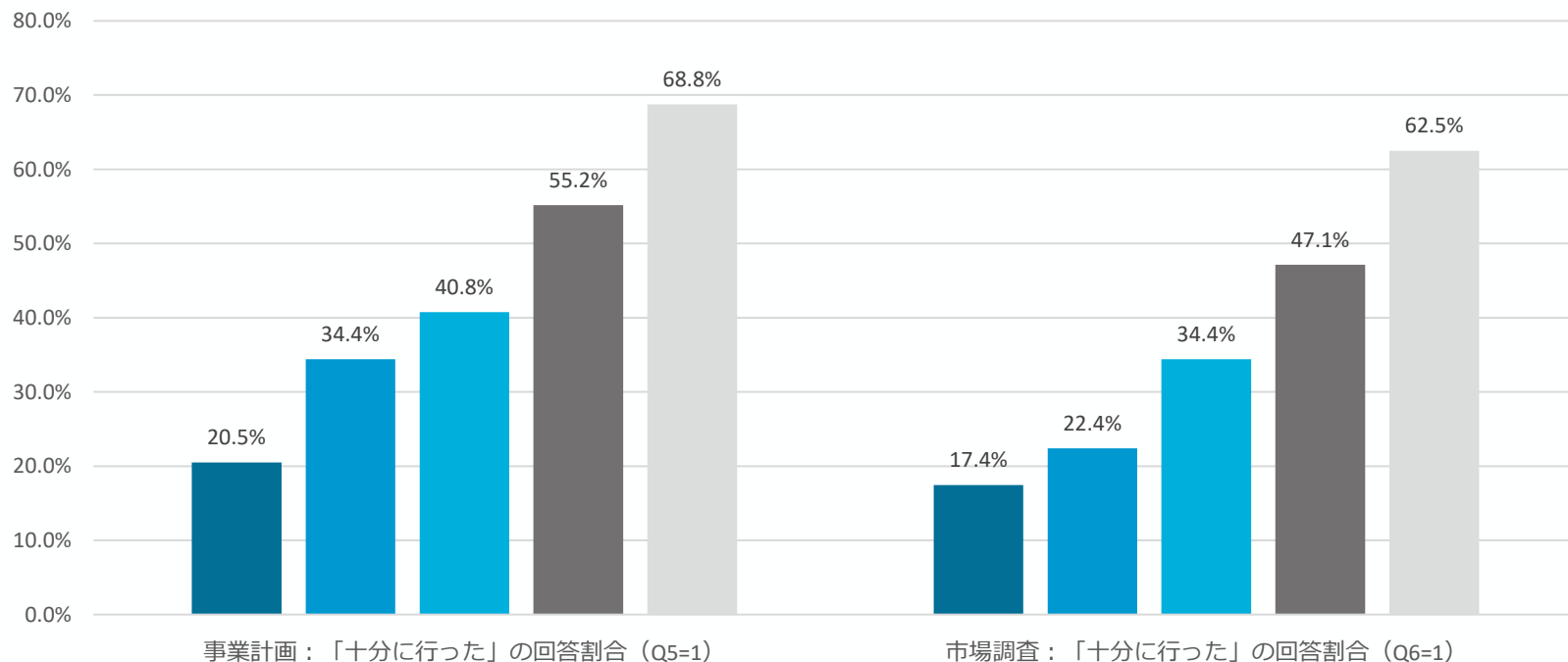


※ここでは成長イメージが無回答のケースも集計に含めているため、成長イメージと併せて分析したページとは増加群、横ばい群、減少群のn数がそれぞれ異なる。

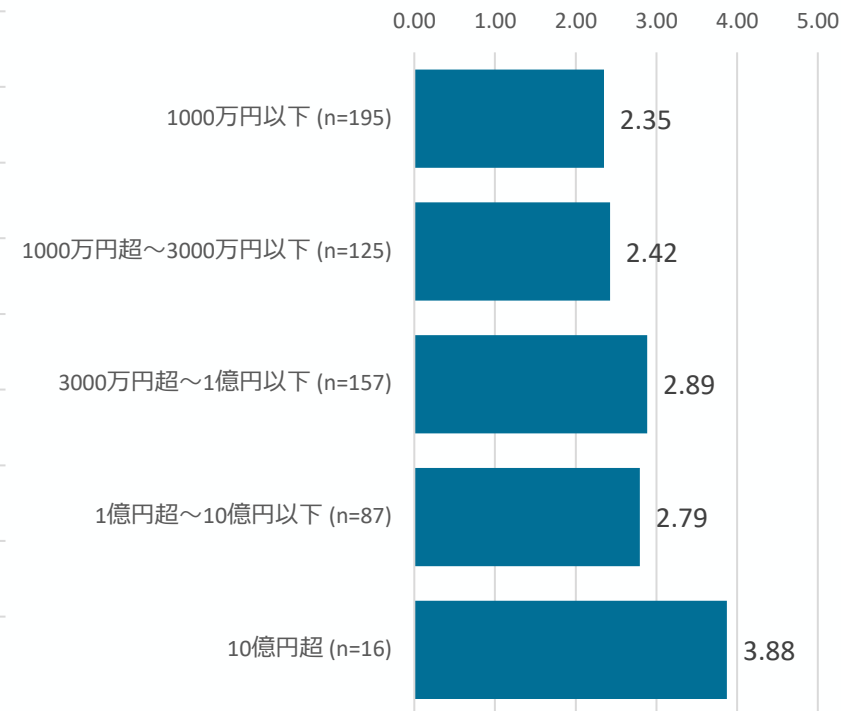
創業後5年の売上高規模と各種取組の連関

創業後5年の売上高規模が大きい回答者ほど、創業時に**事業計画の準備**と**市場調査**を“十分に行った”とする割合が高く、**デジタルへの取組**項目数も多い傾向。これらが5年後の売上高の水準を高めるために重要な要因となっている可能性。

創業時の取組の程度（一部抜粋）



デジタル化の取組項目数（平均）



■ 1000万円以下 (n=195) ■ 1000万円超～3000万円以下 (n=125) ■ 3000万円超～1億円以下 (n=157) ■ 1億円超～10億円以下 (n=87) ■ 10億円超 (n=16)

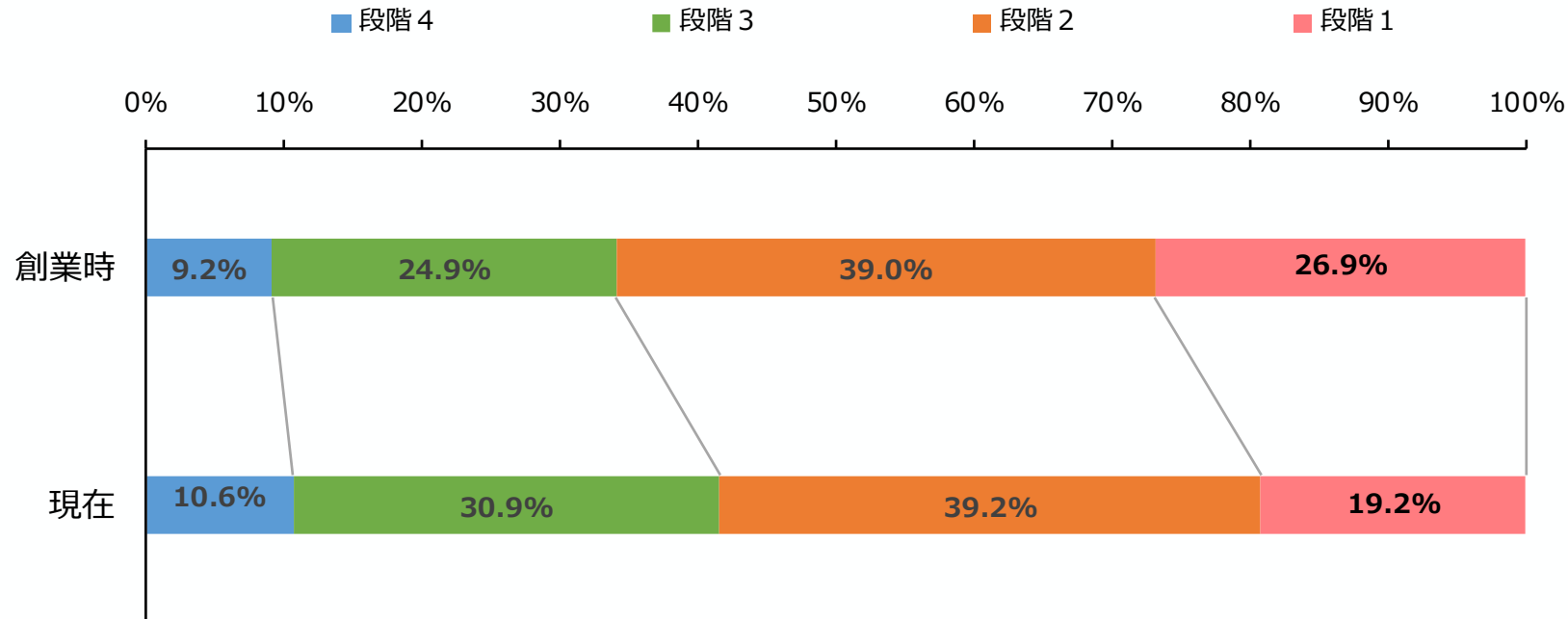
■ デジタル取組項目数（平均）

※創業後5年の売上高が欠損していない回答を母数として集計。

e. デジタル化の取組状況

デジタル化の取組段階

デジタル化の取組段階を見ると、創業時点では「段階1」「段階2」といった初期段階にとどまる事業者の割合が高い。一方、現在では、業務効率化や業務プロセスの改善に取り組む「段階3」に該当する事業者の割合が増加しており、創業後の事業の進展に伴い、デジタル技術の活用が進展していることがうかがえる。



段階1：紙中心の業務が中心で、デジタル化が図られていない状態

段階2：アナログ中心だがデジタルツールを利用した業務環境に移行している状態

段階3：デジタル化による業務効率化やデータ分析に取り組んでいる状態

段階4：デジタル化によるビジネスモデルの変革や競争力強化に取り組んでいる状態

デジタル化の取組状況

デジタル化の取組状況を見ると、創業時・現在ともに「自社ホームページの作成・更新」や「紙資料の電子化・ペーパーレス化」など、基礎的な取組が比較的多い。
また、現在では「生成AIやIoTの活用」といった取組を行っている事業者の割合が増加しており、デジタル技術の活用が徐々に高度化していることがうかがえる。

デジタル化の取組状況（複数回答）

