

-政策情報-

中小企業実態調査事業（地域金融における小規模事業者の評価動向調査）の概要

P. 2

-論文-

現代の若者の創業促進に関する課題と若干の考察

査読付論文

—日本政策金融公庫・東京ビジネスサポートプラザの取り組みから—

P. 4

東京福祉大学社会福祉学部 専任講師 谷口 彰一

地域企業政策時報投稿要領

P. 11

本誌は、地方公共団体の商工行政担当等との政策議論を活性化する目的の一環として、各種法令や制度の解説・解釈、研究者や実務者から寄せられた論文やレポートをまとめたものである。

なお、執筆者の所属組織や役職・職階は、特段の注釈がない限り、上期号においては同年一月末日時点、下期号においては同年七月末日のものである。

また、論文・レポートで述べられている見解は執筆者個人の責任で発表するものであり、所属組織としての見解を示すものではない。

中小企業庁経営支援部
小規模企業振興課

地域企業政策時報 2020 年下期号-通算 2 号

(2020 年 9 月)

中小企業実態調査事業（地域金融における小規模事業者の評価動向調査）の概要

中小企業庁経営支援部小規模企業振興課

中小企業庁経営支援部小規模企業振興課では、令和元年度に「中小企業実態調査事業（地域金融における小規模事業者の評価動向調査）」を実施したので、その概要を解説する。

なお、調査事業の報告書は、経済産業省図書館で閲覧可能であり、以下の URL でも報告書全文を公表している。

https://www.meti.go.jp/meti_lib/report/2019FY/000086.pdf

1. 調査実施の経緯

中小企業、とりわけ小規模事業者は情報の非対称性が大きいと言われている。金融機関等の企業外の存在から見ると経営実態が分かりにくく、また、それが故に企業価値を適切に評価することが出来ないといったことにつながる。

また、経営診断等を実施する支援機関は、時には自らよりも適した支援機関への仲介・橋渡しも行っていくわけだが、情報の非対称性が大きい場合、Aという支援機関が抱く企業のイメージ・評価、Bという支援機関が抱く企業のイメージ・評価にギャップが生じ、支援機関間のリレーションが円滑に進まないおそれがある。

他方、小規模事業者の情報の非対称性問題は、これまでは、主に金融面、貸し手と借り手の課題として論じられてきたものでもあり、支援機関間のリレーションの視点からの分析は乏しい。

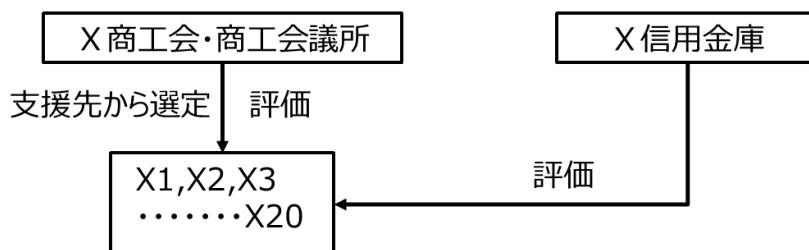
このため、本調査では、課題を整理していくために、支援機関側での小規模事業者の評価の状況、そもそも支援機関間で評価の差異があるのかを分析した。

2. 調査の手法

同調査では、支援機関として、商工会・商工会議所と信用金庫を分析対象とした。両機関は、定款で事業地区が定められており、平素から支援を実施している企業の規模、地理的範囲も近いものと考えられるためである。

また、人口規模が近く、信用金庫の本店が所在する都市を2地域（X市・Y市）選定した上で調査を行うことにした。これは、地域差の有無を確認するためである。

支援機関間での企業評価の差異の確認は、商工会・商工会議所側で事業者を選定して評価を実施し、信用金庫側でも商工会・商工会議所が選定した事業者の評価を実施するという形を採った。X市・Y市ともに、支援先（サンプル数）は各20者である。



3. 調査結果の概要

3-1 商工会・商工会議所による事業者の評価状況

X市・Y市の商工会・商工会議所が選定した事業者は、全者が当該商工会・商工会議所の会員事業者であった。

X市商工会・商工会議所は、選定した20者に対し、過去5年間で80%（16者）に経営指導を実施。Y市商工会・商工会議所は、選定した20者に対し、過去5年間で100%（20者）に経営指導を実施。主に、自らが支援したことがある事業者を選定したと言える。

他方、当該事業者に対していわゆる事業性評価を実施したことがあるかと言うと、必ずしも十分ではない。経営分析の基礎ともなる決算情報についても、X市商工会・商工会議所は20者中17者（85%）を把握しているが、Y市商工会・商工会議所は20者中3者（15%）に留まる。

3-2 信用金庫による事業者の評価状況

信用金庫側では、同一市内の商工会・商工会議所が選定した事業者群の評価を実施していったが、X信用金庫・Y信用金庫ともに当該事業者群の決算を全者把握していた。そこから踏み込んだ事業性評価の実施有無については、X信用金庫は20者中17者（85%）、Y信用金庫は20者中12者（60%）である。両信用金庫で差異はあるが、いずれにしても、商工会・商工会議所よりも事業者の経営実態の把握、評価を行っているものと言える。

3-3 商工会・商工会議所と信用金庫での差異

本調査は、支援機関側での小規模事業者の評価の状況、支援機関間で評価の差異の分析を目的としていたが、商工会・商工会議所と信用金庫間での取組差異が大きいため、比較分析は十分に実施出来たとは言えない。

かろうじて、X市については、比較的、商工会・商工会議所でも事業者の決算情報を把握していたため、決算分析評価を比較できるので、簡単に結果を図示する。

決算分析評価は5段階評価（1が最も評価が高く、5が最も評価が悪い）で行ったが、同一事業者の決算をもとに決算分析評価を実施したとしても、評価結果には差が生じることが確認された。

今回の調査は差異があるか否かを確認することを目的としたが、その点は一定の成果が見られたと言える。



現代の若者の創業促進に関する課題と若干の考察
 ―日本政策金融公庫・東京ビジネスサポートプラザの取り組みから―

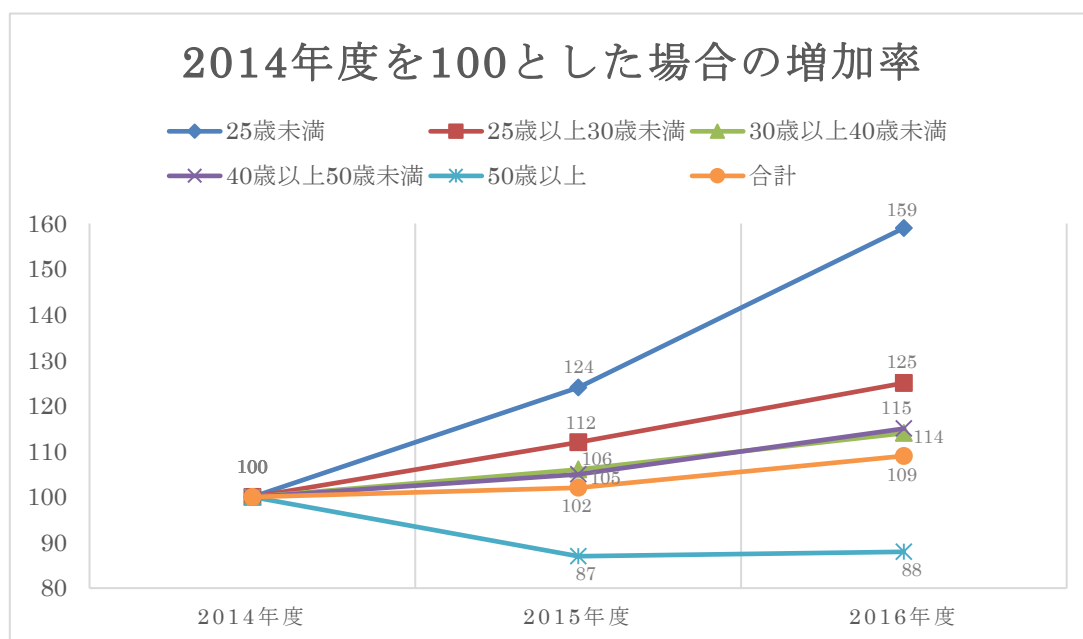
東京福祉大学社会福祉学部
 専任講師
 谷口 彰一

1. はじめに

近年、一部の若者らによって渋谷、御徒町・蔵前、五反田、鎌倉、梅田といった地域で創業活動が活気づいてきている。渋谷や五反田エリアについては、「ビットバレー」、「五反田バレー」と称されITベンチャー企業が集積してきている(木許, 2018; 日本経済新聞社, 2018)。また、最近の若者の動向についてはキャリアの下積みを嫌いながらも、管理職や役員を短期間で目指したいとする若手社員の対応に追われるといった現状があるといわれる。また、創業を意識したかたちでのプロジェクトなどの経験を積んでいる大学生若しくは新入社員も少なくない(竹下・滝川, 2018)。

しかし、こうした活発な活動は限定的な地域にとどまっているのが現状である。バブル経済崩壊以降、低開業率と高廃業率によって日本全体としては中小企業の全体数が減少し続けている。そのため国や自治体、金融機関などによって創業支援施策が行われてきた。例えば、東京都による若者や女性への創業支援として東京創業ステーションが挙げられる。同施設では、創業のワンストップ化を目指し、創業に興味ある人へのフリースペースの提供など、創業への無関心者層に対するアプローチを強化してきた(東京都中小企業振興公社, 2018)。こうした様々な創業支援の方法論が試されているなか、近年の日本政策金融公庫による若者や女性に対する創業支援実績が著しい伸びを示している。

図表1 世代別の創業融資実績



(出所：日本政策金融公庫, 2017)

図表1のように、世代別の創業融資実績の増加率をみれば若い世代ほど高く、25歳未満の世代で顕著であった（日本政策金融公庫, 2017; 2018）。こうした実績の背景には、若い世代を中心にシェアオフィスやクラウドソーシングなど創業に必要な経営資源を容易に調達できるサービスや仕組みの活用があるとされている。また、学生や短い勤務経験を得た若者などがキャリアの1つとして創業を選択しているケースが増加したとする指摘もある（日本政策金融公庫, 2017）。そこで、本稿では、日本政策金融公庫・東京ビジネスサポートプラザの取り組みから現代の若者の創業促進に向けての課題と若干の考察を行う。まず第一に、創業を希望する若者について先行研究のレビューを行い、創業支援者側へのヒアリング調査をする。第二に、調査結果から現代の若者の傾向と課題について整理し考察をする。そして最後に、現代の創業を希望する若者の創業促進に関する課題を示したうえで、日本の若者に対する創業促進に向けての教育的視座を含めた若干の考察をしたい。

2. 用語の整理及び先行研究

2.1 若者の定義

若者とは英語では youth といい、ILO（2015）によれば15歳から24歳の男性若しくは女性と定義されている。日本においては若者雇用促進法があるが、条文の中に年齢や性別について明示されていない。自治体や金融機関による創業準備者としての若者の定義について東京都による女性・若者・シニア創業サポート事業では、39歳以下を若者と定義される（東京都産業労働局, 2018）。また、日本政策金融公庫による女性・若者・シニア起業家支援資金においては35歳未満としている（日本政策金融公庫, 2018）。このようにILO（2015）における定義と比べると、日本の創業支援対象者としての若者については年齢の幅が広く、その根拠についても明確であるとはいえない。そこで本稿は、日本政策金融公庫（2017）における25歳未満の創業実績に着目する立場からILO（2015）における定義を用いる。

2.2 先行研究

日本の若者の創業希望者の特性について、本稿では大学生に関する先行研究から整理する。関（2017）は、創業を検討するグループにはサービス業志向がみられるとし、奥山ほか（2017）は、その行動特性について、ある場面において積極的である反面、リスクに対して慎重に観察することや思慮深く考えて行動することが欠如していると指摘した。さらに、創業に関するこうした経験は将来の仕事や自身の成長に役立つと捉えており、性別による創業意識の違いはみられないとした（関, 2017）。また、このような創業意識については大学の講義によって高められ（寺島, 2013）、就職に対する困難さがプッシュ要因となりうるものの、必ずしも創業の準備行動には結びつかない（小野瀬, 2012）。

日本の大学における若者を対象とした創業支援について樋口（2014）は、学生の創業に関するニーズは高く、創業支援機関としての大学の可能性を示しながらも、学生が創業を具現化する過程で資金面、技術面、人材面での支援など外部の専門機関や専門家の協力が必要不可欠であると指摘した。川名（2003）においても日本の起業家教育における若者への起業家人材育成の課題として本気で起業したいという学生に対して、起業経験のある教員不足による具体的な創業相談の難しさ、資金や施設の提供する準備も十分とはいえない点を指摘する。また、近年の大学において女性・若者向け

創業セミナーでは、若者と女性とのセミナー開催日をずらすなど、年齢や性別に応じた配慮や工夫がみられるとしている（寺地ほか, 2017）。このような近年の創業支援策の変化について川名・竹元（2016）は、近年のイノベティブな空間の誕生により創業に係る環境の変化を指摘し、若者・女性・体の不自由な者・外国籍の人など従来ではあまり創業に対して縁がないとされた層への創業機会が増大していることを指摘している。また、忽那・安田（2005）によれば、相対的に若い開業者が融資申請する傾向にあるとしたうえで、低所得の開業者、若い開業者などが政府系金融機関に融資申請をしていると述べていることから以前より政府系金融機関は若者の創業希望者の受け皿となっていることがわかる。さらに、そうした傾向は民間金融機関から融資を得るには不利であるという物理的・心理的な結果によるものとも指摘している。このような先行研究のレビューから日本の創業を希望する若者の行動・意識について整理すると、①行動については、無鉄砲さがあるが、得られる経験に対してはポジティブ志向である、②意識についても講義等によって高まるが行動に直結するものではない、といえるだろう。こうした傾向は日本特有のものなのかといえそうではない。

Timmons（1994）によれば、そもそも起業家というものは経験が豊富であり、そうした経験の蓄積には見習い経験が重要であると指摘する。さらに、「学校卒業後の最初の10年間で真剣な起業活動にいかにか準備ができるかによって、起業家としてのキャリアをつくることも壊すこともできる」と述べ、実践による学習以外にこの経験を積む方法論はないとした。

図表 2 起業家の見習い経験の入口

見習い経験の要素と経験曲線	20代（年代）
1. 関連する業務経験	低い
2. 経営管理能力とノウハウ	低い～普通
3. 起業目標とコミットメント	不特定
4. 推進力とエネルギー	最も高い
5. 知恵と判断力	最も低い
6. 見習い経験の焦点	興味あることについて議論する、鍵はビジネス、販売、マーケティング、損益責任の経験の習得
7. 支配的ライフステージ問題	若年期から思春期の夢の実現

（出所：Timmons, 1994 図表 5-4 を一部抜粋）

図表 2 は、Timmons は見習い経験の要素について7つ挙げているが、本稿の日本の創業を希望する若者に関する先行研究のレビューの内容と概ね一致する。また、Timmons は経験不足を軸として若者の創業に対する課題を示したともいえ、こうした課題の克服の困難性が多くの若者が創業に至らない原因と捉えることも可能であろう。そこで本稿は、分析視角として Timmons の見習い経験の要素のうち 1. 関連する業務経験の低さ、2. 経営管理能力とノウハウの低さ、3. 起業目標とコミットメントの不特定、の3つの要素に着目し、その3点を創業促進に関する課題として類推し議論を進める。

このような先行研究の整理を踏まえると日本政策金融公庫（2017; 2018）で指摘する25歳未満の創業融資が増えているという事象には矛盾が生じる。日本の若者の創業が増えた理由について経営資源の調達容易さを挙げているが、Timmons の指摘からすれば重要なのは「経験」である。それは

経営資源の調達問題の解決だけでは説明として不十分であり、起業家としての経験不足という若者にとっての宿命的課題が現代において根本的解決に至ったとは考えにくい。つまり、Timmons の指摘する 3 つの課題は現代の若者について新たなかたちで表出していると解する方が自然であり、それが一体何なのかということである。そこで次章では、現代の若者が抱える新たな課題のかたちについて、東京ビジネスサポートプラザの取り組みから考察する。

3. 日本政策金融公庫による創業支援施策

第 3 章では、2018 年 7 月に実施した日本政策金融公庫・東京ビジネスサポートプラザの大澤雅志 所長（以下、大澤氏）へのヒアリング調査について整理し、考察する。

3. 1 ビジネスサポートプラザによる創業支援

日本政策金融公庫では、全国の支援で創業相談を実施しているが、休日や営業時間外でのサポートが十分ではなかった。そこで、営業時間外での支援の充実を図る目的からビジネスサポートプラザを 2007 年 4 月に開設している。ビジネスサポートプラザは、土曜、日曜や夜間に予約制にて創業相談を行っており、北海道、東北、東京、名古屋、大阪、福岡の計 6 拠点となっている。その中でも東京ビジネスサポートプラザは、年間 800~1,000 件の創業実績があり、女性や若者を対象に専門スタッフが対応する女性・若者向け創業相談ウィーク¹⁾を行っている。

3. 2 近年の若者のクラウドファンディングの活用実態について

東京ビジネスサポートプラザは東京都と連携した独自のクラウドファンディングの活用した支援スキームがある（東京都, 2018）。そこで、大澤氏に近年の若者のクラウドファンディングの活用実態について質問した。独自スキームとは直接には関係ないがとしたりうえて、クラウドファンディングによる若者の創業融資の相談件数について東京ビジネスサポートプラザでは年 2~3 件という。最近では、ウェアブルメガネの製品化に向けてクラウドファンディングを活用して 2,000 万円集めたベンチャー企業の CFO と CTO が来所し、製品開発を目的に VC と日本政策金融公庫から融資を得たケースがあったと話す。しかし、クラウドファンディングを活用する若者の大半については、その成果を持ってどうしたらいいのか分かっていないと大澤氏は指摘する。そのためにクラウドファンディングにて 1 度集めたら終わりとなりがちであり、実態としては創業には直接的にはつながっていないことも多いという。つまり、クラウドファンディングの活用が若者の創業の可能性を広げたと言える。だが一方では、若者であるがゆえ、その成果を経験や知識、起業目標やコミットメントが不足しているために、そうした成果が創業に活かせていない実態が大半であることも分かる。

3. 3 近年の若者の創業相談の傾向及び内容

関東エリアは他のエリアと比べてベンチャー系の相談が多く、大学生が創業したいという相談もあって絶対数が増えているという印象が強いという。しかし、その事業計画の内容については、残念ながらアイデアレベルの類似品のようなものが、近年増えていると指摘する。2016~2017 年あたりまでは斬新な内容のものも見られたが、アプリ関連のアイデアが一巡した感がある。最近では、AI やドローンといったものがみられるという。こうした内容と傾向について大澤氏はアイデアとそ

れを具現化するためのスキルとパッションの欠如というギャップにこそ創業を希望する現代の若者の問題であると指摘している²⁾。また、学生時代に奨学金などカネを借りることが当たり前という時代的背景が理由なのか分からないとしながらも、自己資金以外のカネを受けることに対する考え方の安易さ、抵抗感がなさすぎる点も課題として指摘した。

3. 4 若者に対する東京ビジネスサポートプラザでの創業支援の取り組み

寺地ほか(2017)で指摘しているように若者の特徴を踏まえた取り組みについて質問したところ、以下のような回答が得られた。東京ビジネスサポートプラザでの創業相談では、性別や年齢に応じて異なるパンフレットを用意している。このような冊子は年齢や性別に合わせて配布している。しかし、その相談内容については、年齢や性別問わずに全て同様な対応を実施しているという。そのような対応をする理由については、以下の2点である。1点目は、創業準備者の動機や想いを相談の際には重視していること、2点目は、動機や想いに年齢や性別による違いはないと考えていることを挙げている。

つまり、現代の若者に対する東京ビジネスサポートプラザによる創業支援の取り組みは、多様化する対象者に対して間口を広げる施策を取りながら、一方では、創業希望者の動機や想いを大事にしながら現実的な事業計画書へブラッシュアップしていくフェイス・トゥ・フェイスの付き合いを重ねるといふ人間味あふれる対応にあるといえるだろう。

3. 5 事例に対する考察

今回のヒアリング調査から明らかになった点を整理した上で、現代の若者の創業促進に関する課題についてまとめる。25歳未満の創業支援実績(日本政策金融公庫, 2017; 2018)について、クラウドファンディングが従来と比べ、創業を促進させる可能性を高めた。その結果として若者の創業が促されたといつてよいだろう。だが、そうした新技術によって新たに出てきた課題もある(図表3)。

図表3 現代の若者の創業促進に関する課題

1	経験・知識不足によってクラウドファンディングの成果が創業に活かせず繋がらない
2	自己資金以外のカネを受けることに対する考え方の安易さ、抵抗感がなさすぎる

(出所：筆者作成)

まず、1つ目の課題は、若者であるがゆえに経験不足等に起因するクラウドファンディングの成果を創業に活かせていない実態が大半であること、2つ目の課題は、自己資金以外のカネを受けることに対する考え方の安易さ、抵抗感がなさすぎることである。これまで創業融資の活用実態について筆者も調査したことがあるが、「融資を受けたことによって経営者としての自覚が強くなった」、「返済していくために事業を何としてでも成功させなければという気持ちになった」という声を聞いてきたことを思えば、これは現代の若者の傾向といえる。そして、アイデアとそれを具現化するためのスキルとパッションの欠如というギャップ問題についても大澤氏が言及していた点を忘れてはな

らないだろう。

4. おわりに

本稿は、近年の日本政策金融公庫による25歳未満に対する創業融資実績の増加が顕著であったことに注目した。創業支援の取り組みの最前線基地としての東京ビジネスサポートプラザの支援実態について実践論を中心に整理してきた。先行研究のレビューやヒアリング調査の考察の結果から現代の若者に対する創業支援の現状と課題について一定の理解を深めることができたといえよう。

本稿の結論は以下のとおりである。創業を希望する若者には、1. 関連する業務経験の低さ、2. 経営管理能力とノウハウの低さ、3. 起業目標とコミットメントの不特定、という人生経験の短さゆえの課題がある。それらの課題は万国共通であって、若者が抱える宿命的なものであり日本においても例外ではない。しかし、近年のインターネットの普及によって、クラウドファンディングに代表されるように様々な創業希望者が抱える課題が克服できうる外部環境の整備が進んだ。日本政策金融公庫の創業融資実績からも見て取れるとおり、そうした新技術を活用するかたちで日本の若者の創業が促進されたことは間違いない。だが、若者の多くは宿命的課題を抱えるがゆえにクラウドファンディングの成果を創業に活かすことができていないという現状もみえてきた。さらには、自己資金以外のカネを受け取ることへの考え方にも現代の若者の特徴が表れている。

よって、現代の若者の創業を促進させるためにはクラウドファンディングやプロジェクトのような短期的視点に基づくものを創業や事業計画と同一的には扱えないものであることを認識させ、創業を準備するという大きな流れのなかで短期的かつ断片的なものをどう位置づけ、組み立てておくのかを予め考えさせる必要がある。さらに経営資源の調達が可能になった現代こそ若者はその調達するものの意義について考える機会を増やさなければならないだろう。

そして若干の考察であるが、このような課題と大学における起業家教育が無関係とは言い切れないのではないだろうか。大学では長くても1年、通常半年毎に講義内容を定めている。このような枠組みの中では短期的なプロジェクト講義となることは教育機関という性質上やむを得ない。しかし、学生に対してプロジェクトやクラウドファンディングの延長線上に「創業」というものがあかもあるように誤認させてはいないか、筆者自身含め検討する必要があるのではなかろうかということである。大学は創業への入口や相談の窓口になりうるが、外部の専門家との連携が不可欠でもある。外部の専門家に任せる以前に、そうした内容について教育として行うことができるとすれば、それもまた教員ができうる現代の若者への創業促進施策となろう。

今後の課題であるが、創業支援を提供する側の視点から本稿は議論を進めてきた。一方で、創業支援を受ける側の視点も含めて議論しなければ、その実態を把握したとは言い難い。今後は日本政策金融公庫の創業支援融資の活用実態を調査し検討する必要がある、今後の課題として指摘しておきたい。

【注釈】

- 1) 2016年から2017年の計4回で延べ1,906人参加している。
- 2) 大澤氏は、現代の若者は創業するための経験に乏しく、一度社会に出てからの勉強が必要であると述べている。

【参考文献】

- 樋口一清 (2014) 「学生の起業に関する意識調査の結果と若干の考察」『イノベーション・マネジメント研究』9号、pp. 73-81
- ILO (2015) “The Youth Guarantee programme in Europe: Features, implementation and challenges”
- 川名和美 (2003) 「大学での起業家教育は可能か」『中小公庫マンスリー』50巻、4号、pp. 18-23
- 川名和美、竹元雅彦 (2016) 『社会人基礎力を養うアントレプレナーシップ』中央経済社
- 木許はるみ (2018) 「保存版・五反田バレーMAP：ベンチャー50社集結「社名Tシャツ」族に会いまくる街」<https://www.businessinsider.jp/post-171777> (2020年3月4日確認済)
- 忽那憲治、安田武彦 (2005) 『日本の新規開業企業』白桃書房
- 日本経済新聞社 (2018) 「渋谷ビットバレー再興へ：2018年8月4日記事」
- 日本政策金融公庫 (2017) 「ニュースリリース：創業融資実績が過去最高を記録」
- 日本政策金融公庫 (2018) 「ニュースリリース：進む民間金融機関との連携」
- 奥山雅之、久恒啓一、金美德、志賀敏宏、中庭光彦、小林英夫、松本祐一、宮地隆夫 (2017) 「創業希望大学生の起業家志向性に関する研究」『経営・情報研究 多摩大学研究紀要』22巻、pp. 181-184
- 小野瀬拓 (2012) 「起業意識を促進する要因～起業家教育の観点から～」『経営教育研究』15巻、2号、pp. 15-24
- 関智宏 (2017) 「起業・創業する」『同志社商学』69巻、2号、pp. 277-308
- 竹下郁子、滝川麻衣子 (2018) 「大企業からダダ漏れする“下積みレス”願望世代—20代でキャリアの地盤つくりたい」<https://businessinsider.jp/post-172690> (2020年3月4日確認済)
- 寺地一浩、森由紀、西嶋啓一郎、井上伸明 (2017) 「女性・若者向け創業意欲喚起事業のCSポートフォリオ分析」『日本経大論集』46巻、2号、pp. 73-85
- Timmons, Jeffrey A. (1994) *New Venture Creation : Entrepreneurship for the 21st Century*, Burr Ridge : Irwin(千本倅生・金井信次訳『ベンチャー創造の理論と戦略：起業機会探索から資金調達までの実践的方法論』ダイヤモンド社、1997)
- 東京都 (2018) 「クラウドファンディングを活用した資金調達支援」<http://crowdfunding-tokyo.com/about.html> (2020年3月5日確認済)
- 東京都中小企業振興公社 (2018) 「TOKYO 創業ステーション」<https://www.tokyo-kosha.or.jp/station/> (2020年3月4日確認済)
- 東京都産業労働局 (2018) 「女性・若者・シニア創業サポート事業」<http://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.jp/chushou/kinyu/youushi/support/> (2020年3月4日確認済)
- 寺島雅隆 (2013) 『起業家育成論』唯学書房

「地域企業政策時報」投稿要領

中小企業庁経営支援部小規模企業振興課

1. 地域企業政策時報の目的

中小企業庁経営支援部小規模企業振興課が地方公共団体商工行政担当者と政策議論を行っていく上で、その議論の端緒、活発な議論の助けとなる知見・ノウハウを、実務者や研究者から収集し、「地域企業政策時報」としてとりまとめるものです。

2. 投稿分野

地域経済の安定・発展を主な目的として企業を対象として実施される政策、企業の行動。意識・体質・体制を変化させることが目的でそれが地域にも影響していく施策等、何らかの形で「地域」と「企業」を関連付けて行われる政策・施策を「地域企業政策」と捉えた上で、以下の地域企業政策に関する未公表の論文・レポートの投稿を受け付けます。

- (1) 政策・施策の形成過程、効果検証、実施手法や実行体制に関する研究論文
- (2) 政策・施策の実務や事例に関する報告レポート

3. 原稿の体裁

原稿はA4・横書き、40字×35行で作成してください。

文字は明朝体、サイズは11ptにしてください。

原稿の枚数は、2.(1)の論文は16枚以内、2.(2)のレポートは4枚以内とします。(表紙、図表、注釈、文献を含む。)

他、具体的体裁は、別添の例を参照してください。

4. 投稿論文・レポートの採否と取り扱い

2.(1)の論文については、国又は地方公共団体の商工行政担当者の政策議論の参考に資するものであるかを採否の基準とし、投稿原稿の受領後、3名の査読者が評価を実施し、過半数が採用と評価した論文を「地域企業政策時報」に掲載します。

2.(2)のレポートについては、他の実務者の参考に資するものであるかを採否の基準とし、投稿原稿の受領後、3名の査読者が評価を実施し、過半数が採用と評価したレポートを「地域企業政策時報」に掲載します。

毎年1月末日までに投稿のあった論文・レポートは、査読者による評価を経て5月末日までに、7月末日までに投稿のあった論文・レポートは、査読者による評価を経

て11月末日までに、それぞれ「地域企業政策時報」の各年上期号・下期号として中小企業庁ウェブサイトに掲載します。

なお、掲載論文・レポートの著作権は投稿者が保持するものとしますが、中小企業庁ウェブサイトに掲載するという形態で公開するため、投稿者は論文・レポートに関する複製及び公衆送信を許諾したものとみなします。

5. 投稿方法

原稿をPDF化し、以下のアドレスに添付・送信してください。

メールの件名の冒頭に、研究論文の場合は（研究論文）、報告レポートの場合は（報告レポート）と記載してください。

rbo-journal@meti.go.jp

PDFの容量は3MB未満におさめてください。

送信に用いられたアドレスに返信する形で採否の連絡を行います。

採用の場合、掲載原稿の余白の統一やページ番号を一連で振りなおすために、編集可能なデータを改めてお送りいただきます。

6. 投稿資格等

地域企業政策の企画設計実務や実行実務を行う方、行っていた方

地域企業政策の企画設計実務や実行実務の参考となる調査研究を行っている方

特定の組織に属している、特定の事業に従事している等の要件は設けません。

また、「実務」とは行政機関だけが行うものとは限りません。

地域の企業向けの融資という政策・施策があったとして、実際に融資業務を行うのが金融機関だとするならば、その金融機関の職員も政策実行の実務者と言えるでしょうし、地域の企業の経営診断を行うという政策・施策があったとして、実際に経営診断を行うのが中小企業診断士や経営指導員だとするならば、その中小企業診断士や経営指導員も政策実行の実務者と言えるでしょう。

地域企業政策の形成過程、効果検証、実施手法や実行体制に関する研究 論文及び実務や事例に関する報告レポートの記載例について

中小企業庁経営支援部小規模企業振興課
小規模企業専門官
小規模 太郎

1. 題名及び執筆者名について

題名は、太字にし、一行におさまる場合は中央揃え、複数行にまたがる場合は前後を3文字空けた上で左揃えとする。

執筆者名は右寄せとする。複数人による執筆の場合は、同一行内で、「小規模 一郎、企業 二郎」と記載する。

所属組織や役職・職階を記載する場合は、所属組織、役職・職階、執筆者名の順にそれぞれ改行して記載する。また、はしがきに、上期号に掲載される原稿は同年1月末時点、下期号に掲載される原稿は同年7月末時点の所属組織、役職・職階である旨を記載するため、原稿中での個別の表記は不要。

2. 文体等について

2. 1 文体について

文体は、「である」体とする。

その他、和暦・西暦、数字の全角・半角等は、原稿内で統一されているのであれば、表記方法は問わない。

2. 2 見出し、注釈等について

2. 2. 1 見出しについて

見出しは、「1.」を最上位とし、本文中では「第1章」と表記する。

章以下の区分を設ける場合は、「1. 1」、「1. 1. 1」と階層式にし、それぞれ本文中では、「第1章第1節」、「第1章第1節第1項」と表記する。

章、節、項の見出しは太字にする。

2. 2. 2 注釈等について

注釈は、原稿内で統一されているのであれば、表記方法は問わない。

参考文献がある場合は、原稿の最終ページに一覧で記載すること。