

第3章

地域における雇用と小規模事業者

第1節

我が国の小規模事業者は、経営者自身の働き方も含め、多様な個性と価値観を受容する柔軟な働き方を提供しており、女性や高齢者を含む多様な人材の活躍の場として、特に地域の小規模事業者に期待される役割は大きい。

本章では、地域における人手不足や雇用の実態について概観し、小規模事業者における労働環境、経営者としての働き方、起業・創業について分析を行っていく。

第1節 地域における人手不足と小規模事業者の人材確保

本節では各種統計を用いて、地域の人手不足の状況を確認し、「事業者アンケート調査」を用い

て、小規模事業者の人材確保への取組について確認する。

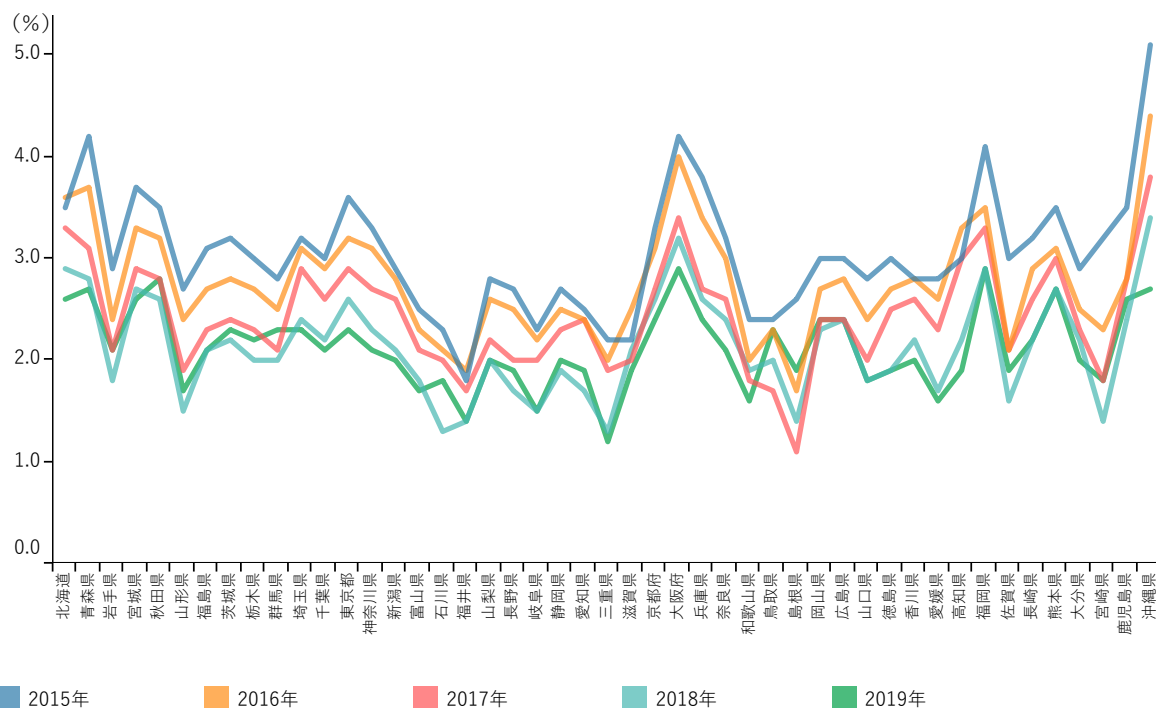
1 人手不足の状況

①地域別の推移

第2-3-1図は、最近の完全失業率の推移を都道府県別に示したものである。2015年と2019年を

比較すると、全ての都道府県で完全失業率は下降していることが分かる。

第2-3-1図 都道府県別に見た、完全失業率の推移



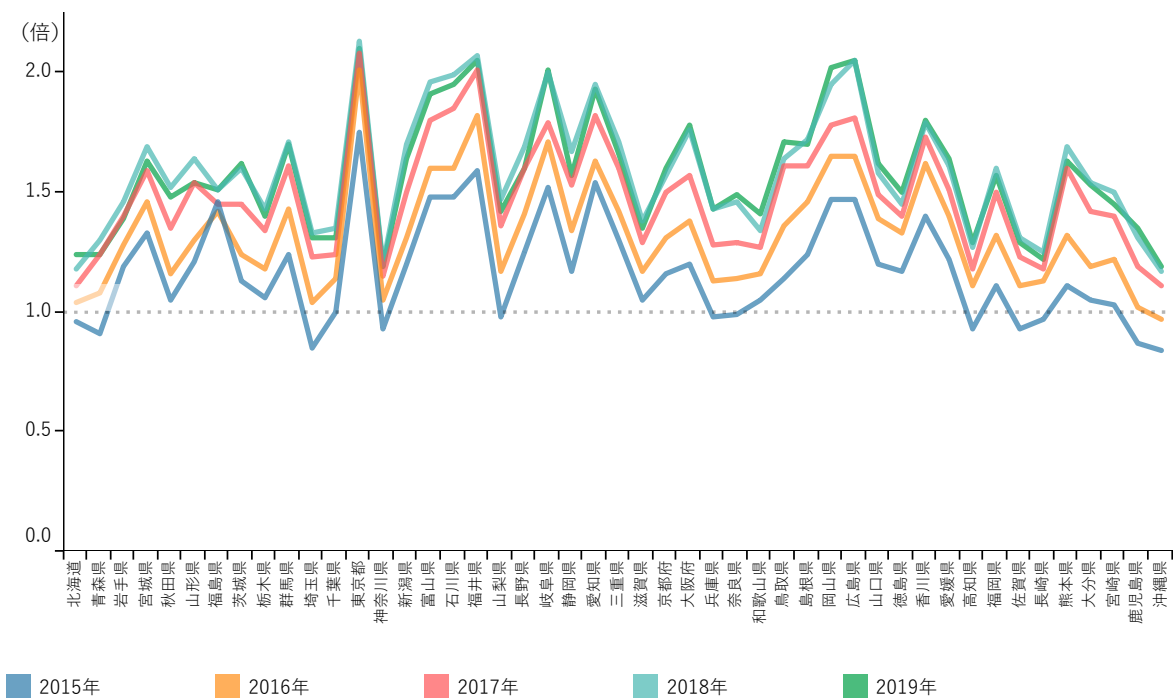
資料：総務省「労働力調査（基本集計）都道府県別結果（モデル推計）」

(注)労働力調査の結果を都道府県別に時系列回帰モデルによって推計した数値。

第2-3-2図は、有効求人倍率の推移を都道府県別に示したものである。これを見ると、有効求人倍率は、2015年から2019年にかけて、全ての都

道府県で上昇傾向にあり、2019年時点では、全ての都道府県で倍率が1.0を超えており、求職者数よりも求人数が上回っていることが分かる。

第2-3-2図 都道府県別に見た、有効求人倍率の推移



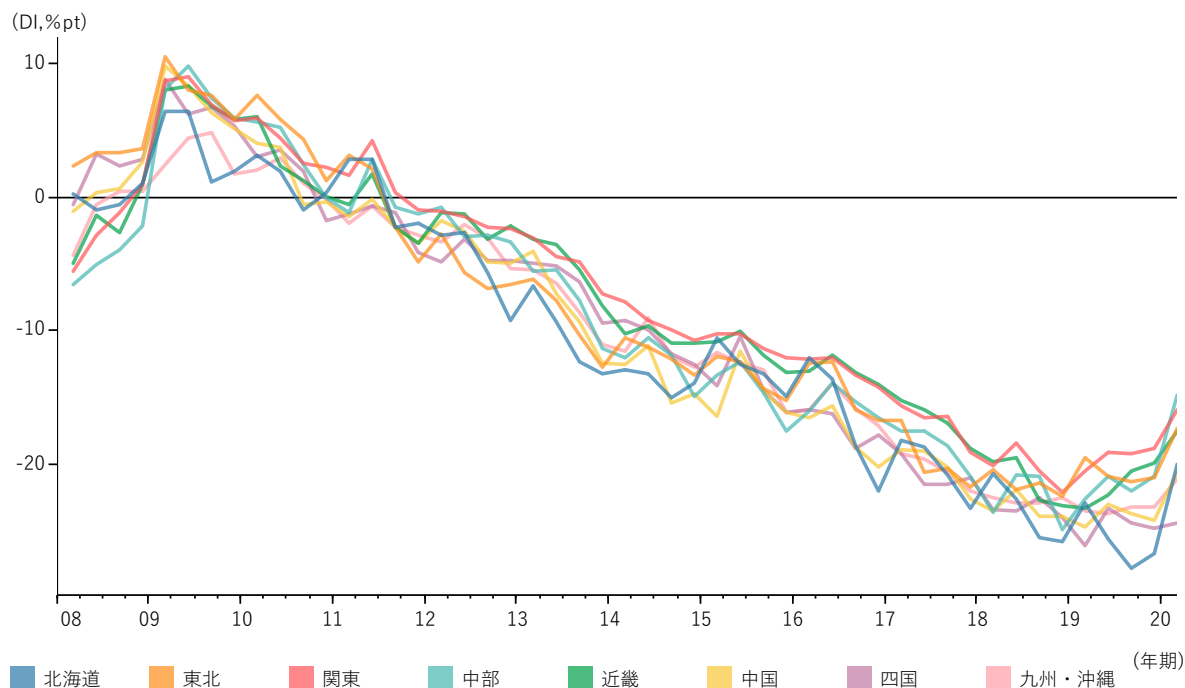
資料：厚生労働省「一般職業紹介状況」

(注)数値は季節調整値。

第2-3-3図は、中小企業の従業員過不足DIの推移を地域別に示したものである。これを見ると、いずれの地域においても、中小企業の人手不足感

は足元では改善が見られるものの、依然として強いことが分かる。

第2-3-3図 地域別に見た、中小企業の従業員過不足DIの推移



資料：中小企業庁・（独）中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」

(注)1.従業員過不足DIとは、従業員の今期の状況について、「過剰」と答えた企業の割合（％）から、「不足」と答えた企業の割合（％）を引いたもの。

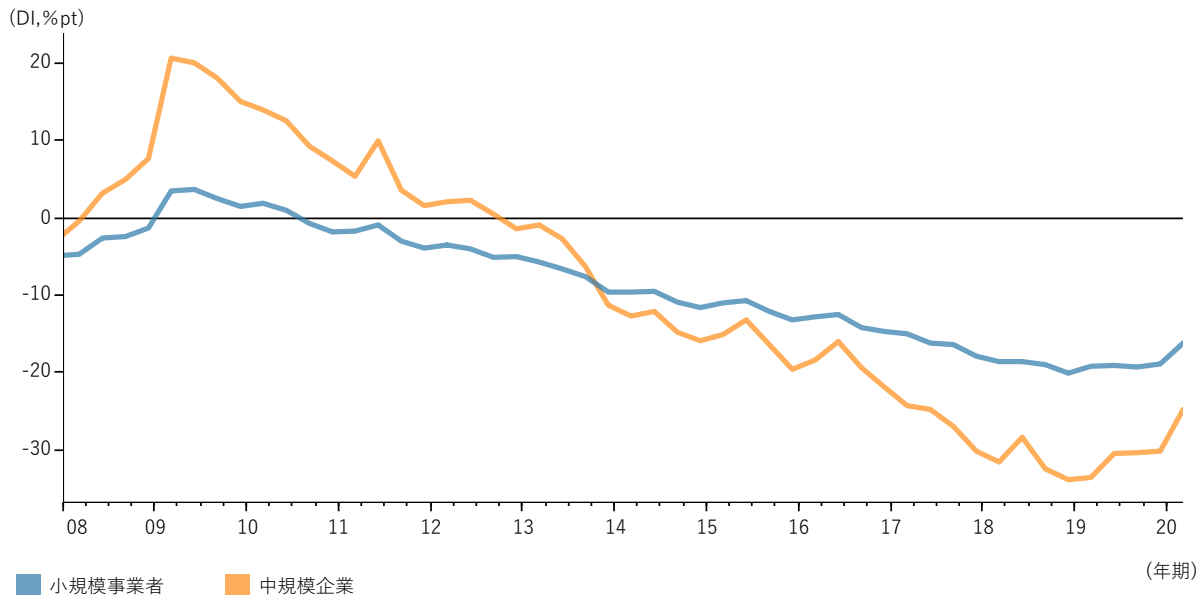
2.地域区分は、各経済産業局管内の都道府県により区分している。関東には、新潟、山梨、長野、静岡の各県、中部には、石川、富山の各県、近畿には、福井県を含む。九州・沖縄は、九州各県と沖縄の合計。

②企業規模別の推移

第2-3-4図は、小規模事業者と中規模企業の従業員過不足DIの推移を示したものである。これ

を見ると、小規模事業者の人手不足感は中規模企業に比べれば小さいものの、両者とも引き続き、人手不足感が高い水準であることが分かる。

第2-3-4図 小規模事業者と中規模企業の従業員過不足DIの推移



資料：中小企業庁・（独）中小企業基盤整備機構「中小企業景況調査」

（注）従業員過不足DIとは、従業員の今期の状況について、「過剰」と答えた企業の割合（％）から、「不足」と答えた企業の割合（％）を引いたもの。

2 小規模事業者における人材確保への取組

ここからは、「事業者アンケート調査」を用いて、小規模事業者の人材確保の希望状況と労働環境の改善への取組について確認する。

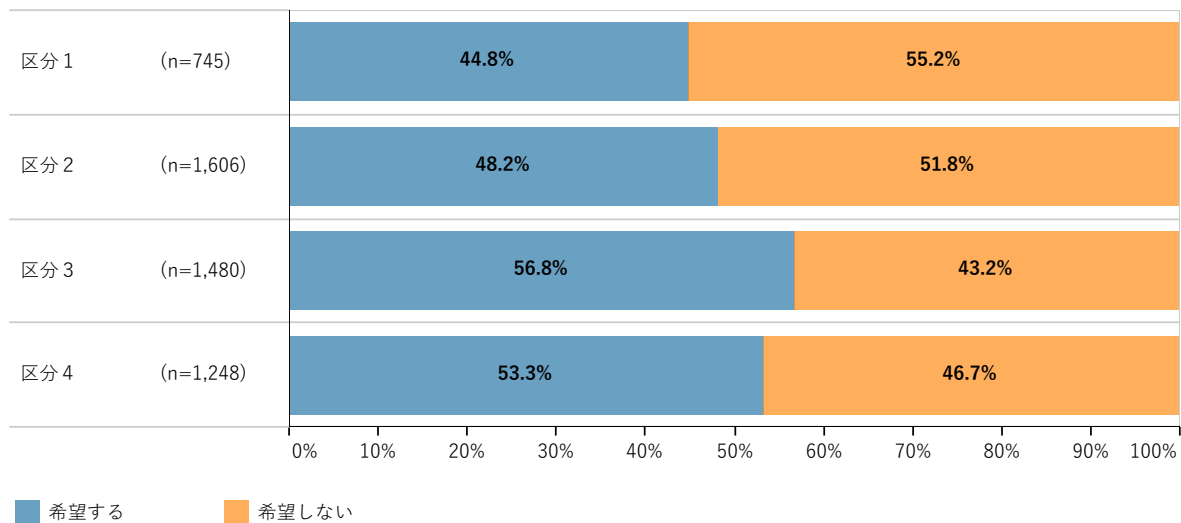
者における新たな人材確保の希望状況を示したものである。これを見ると、人口密度区分による地域間での差はあるものの、半数程度の事業者が新たな人材確保を希望していることが分かる。

①人材確保の希望状況

第2-3-5図は、人口密度区分¹別に小規模事業

¹ 総務省「平成27年国勢調査」に基づき、各市区町村を人口密度の四分位で4つのグループに分けたもの。区分1には0～56.7（人/km²）、区分2には57.0～202.8（人/km²）、区分3には202.9～774.0（人/km²）、区分4には779.9～22380.2（人/km²）の市区町村がそれぞれ含まれている。

第2-3-5図 人口密度区分別に見た、小規模事業者における新たな人材確保の希望状況



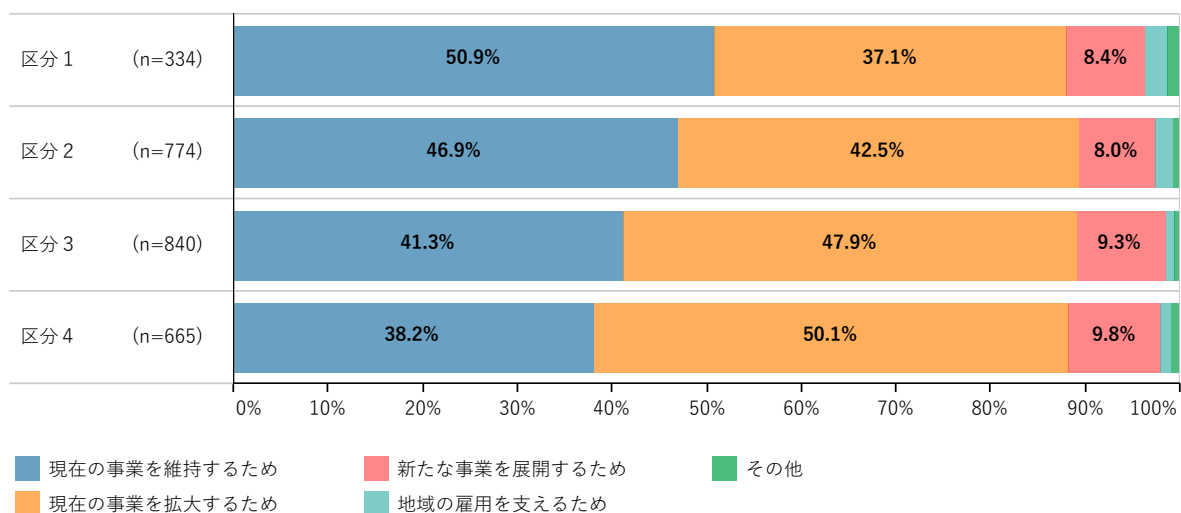
資料：みずほ情報総研(株)「地域における小規模事業者の事業活動等に関する調査」

(注)人口密度区分とは、人口密度の四分位で各市区町村を4つの区分（人口密度が小さいものから、区分1～区分4）に分けたもの。

では、それぞれの地域において、どのような理由から人材を必要としているのだろうか。第2-3-6図は、小規模事業者が新たに人材を確保したい理由を人口密度区分別に示したものである。

これを見ると、人口密度が低い地域ほど「現在の事業を維持するため」と回答した事業者の割合が高く、人口密度が高い地域ほど「現在の事業を拡大するため」と回答した事業者の割合が高い。

第2-3-6図 人口密度区分別に見た、小規模事業者が新たに人材を確保したい理由



資料：みずほ情報総研(株)「地域における小規模事業者の事業活動等に関する調査」

(注)人口密度区分とは、人口密度の四分位で各市区町村を4つの区分（人口密度が小さいものから、区分1～区分4）に分けたもの。

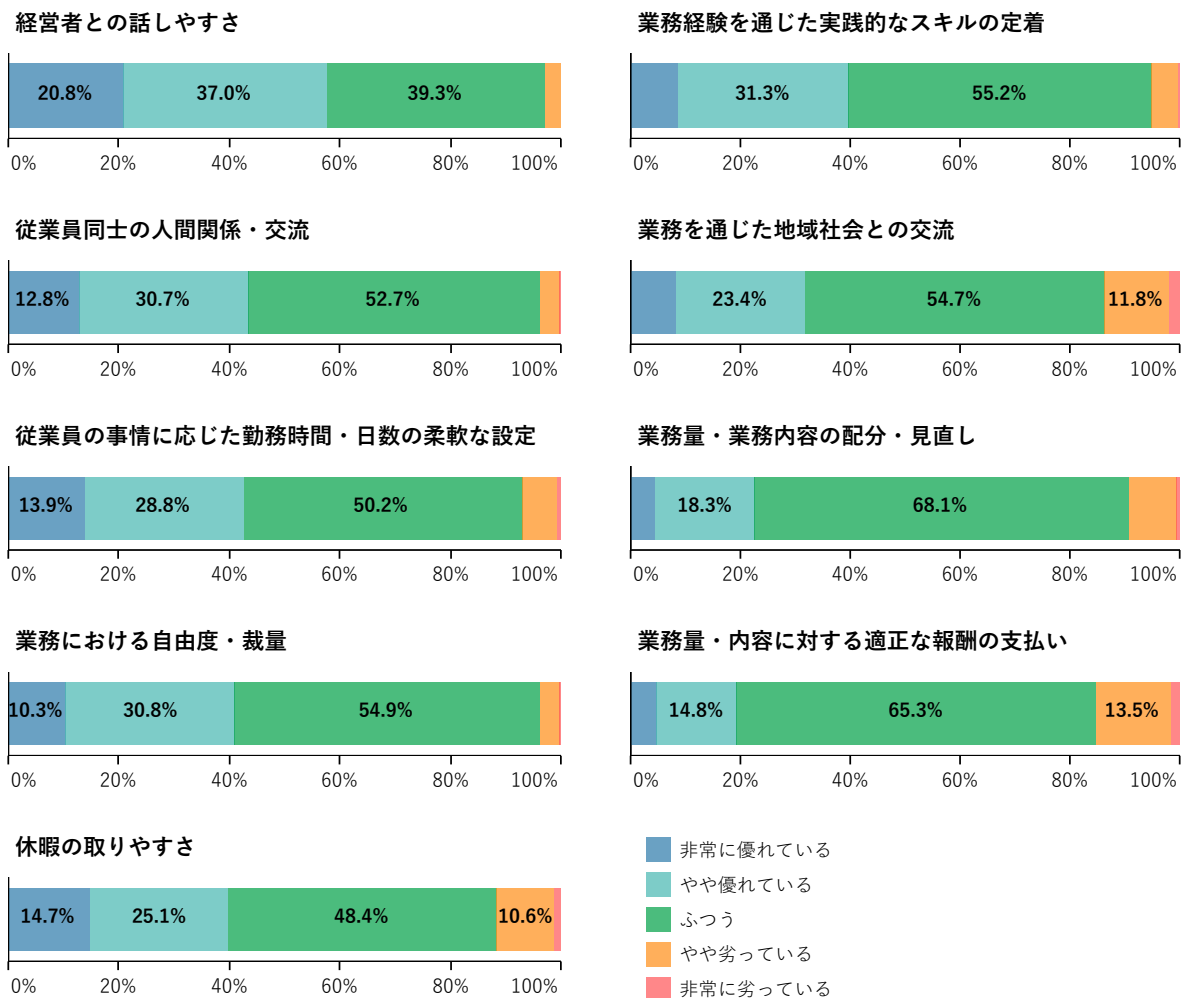
②労働環境

次に、小規模事業者の労働環境をめぐる課題と取組状況について分析する。

第2-3-7図は、小規模事業者の労働環境について、自社より規模の大きい同業他者と比較した場合の自社の評価を示したものである。これを見ると、「経営者との話しやすさ」について、「非常に

優れている」又は「やや優れている」と回答した事業者の割合が最も高い一方、「業務量・内容に対する適正な報酬の支払」や「業務量・業務内容の配分・見直し」においては、「非常に優れている」又は「やや優れている」と回答した事業者の割合が低いことが分かる。

第2-3-7図 小規模事業者の労働環境について、自社より規模の大きい同業他者と比較した場合の自社の評価



資料：みずほ情報総研(株)「地域における小規模事業者の事業活動等に関する調査」

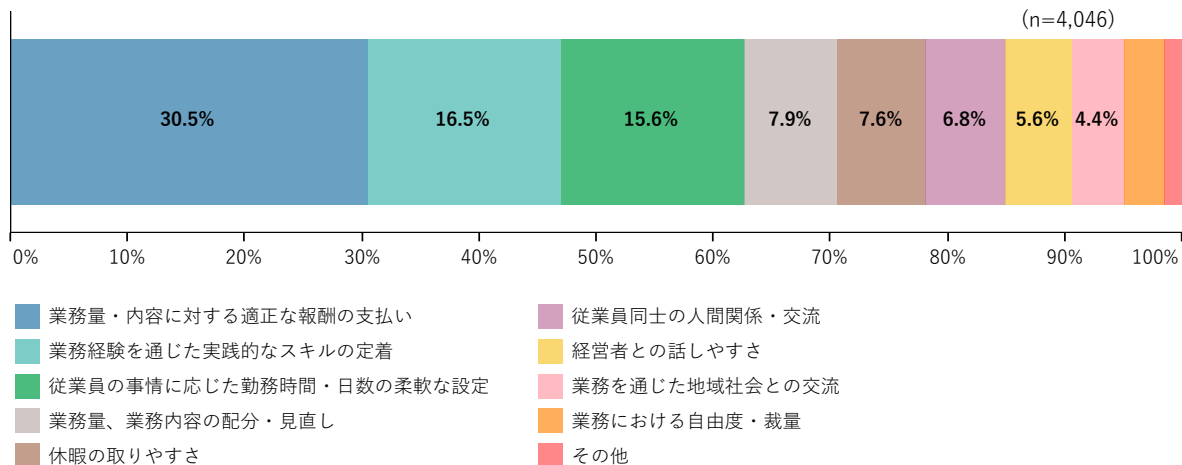
(注)1.従業員が1人以上いる、と回答した者について集計している。

2.各項目について、n数は3,779。

第2-3-8図は、小規模事業者が従業員の労働環境の向上に向けて、最も改善が必要だと考えるものを示している。これを見ると、「業務量・内容に対する適正な報酬の支払い」(30.5%)、「業務経験を通じた実践的なスキルの定着」(16.5%)、「従業員の事情に応じた勤務時間・日数の柔軟な設定」(15.6%)、

業員の事情に応じた勤務時間・日数の柔軟な設定」(15.6%)、が上位3項目となっており、賃金や待遇面、人材育成の面で課題を感じていることが分かる。

第2-3-8図 従業員の労働環境の向上に向けて最も改善が必要だと考えるもの

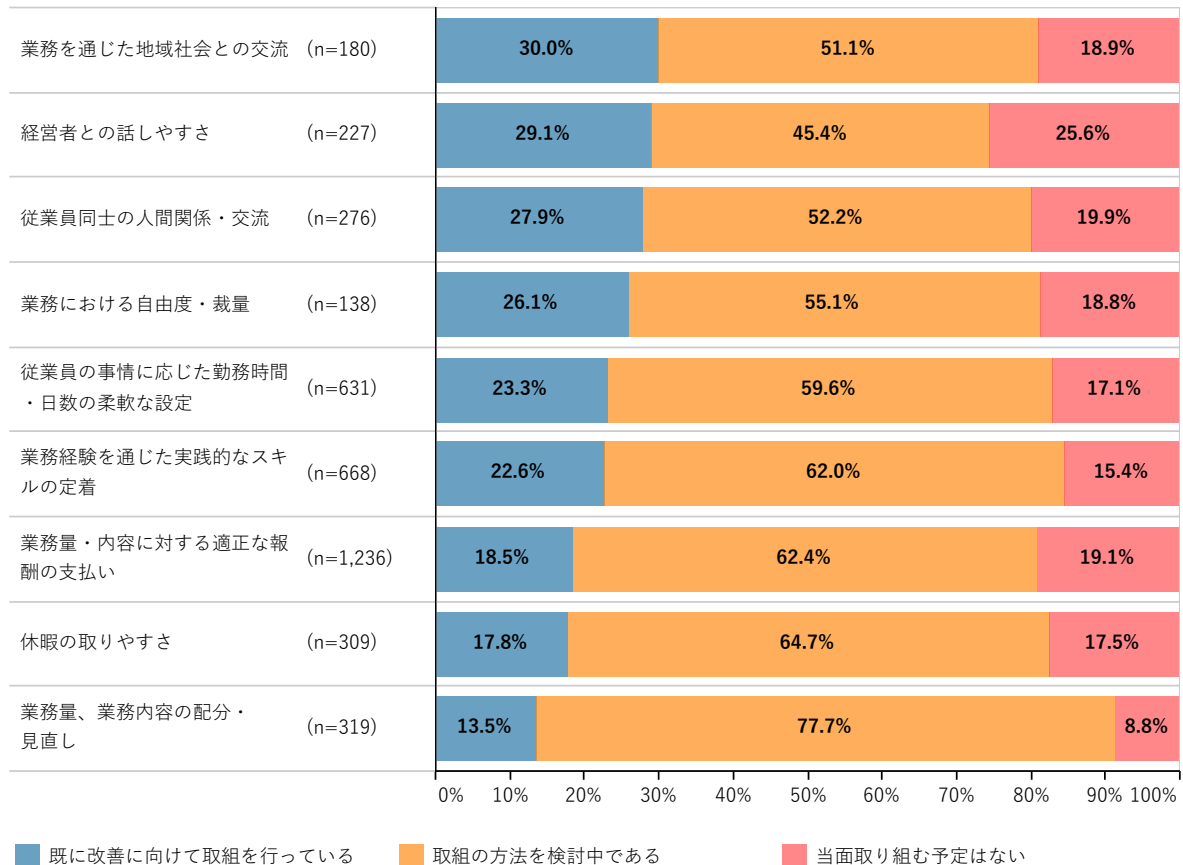


資料：みずほ情報総研(株)「地域における小規模事業者の事業活動等に関する調査」

第2-3-9図は、小規模事業者が労働環境の向上に向けて最も改善が必要だと考えるもの別に、改善への取組状況を示したものである。第2-3-8図において、回答の多い上位3項目の「業務量・内

容に対する適正な報酬の支払い」、「業務経験を通じた実践的なスキルの定着」、「従業員の事情に応じた勤務時間・日数の柔軟な設定」については、相対的に取組が進んでいないことが分かる。

第2-3-9図 労働環境の向上に向けて最も改善が必要だと考えるもの別に見た、改善への取組状況



資料：みずほ情報総研(株)「地域における小規模事業者の事業活動等に関する調査」

(注)「その他」と回答した者は除いている。

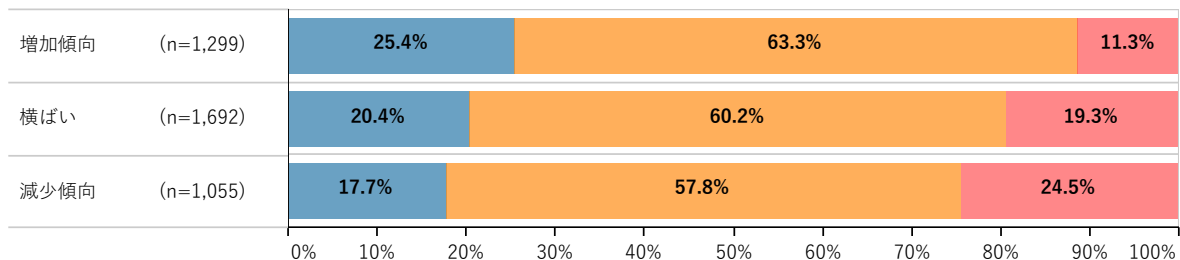
第2-3-10図は、小規模事業者の過去5年間の売上高・利益の傾向別に、労働環境の向上に向けて最も改善が必要だと考えるものについての、改善への取組状況を見たものである。これを見ると、売上高・利益が増加傾向と回答した事業者ほど、

労働環境の改善に向けて取り組んでいることが分かる。労働環境の改善に向けた取組を進めるためにも、売上高・利益を確保することは重要であることが示唆される。

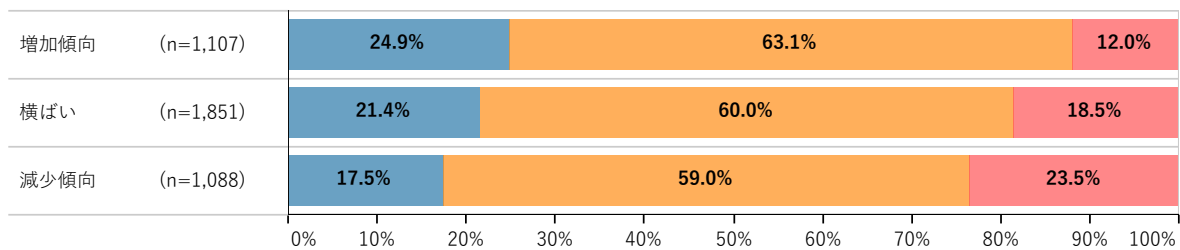
第2-3-10図

売上高・利益の傾向別に見た、労働環境の向上に向けて最も改善が必要だと考えるものについての、改善への取組状況

過去5年間の売上高の傾向別



過去5年間の利益の傾向別



■ 既に改善に向けて取組を行っている ■ 取組の方法を検討中である ■ 当面取り組む予定はない

資料：みずほ情報総研(株)「地域における小規模事業者の事業活動等に関する調査」

事例2-3-1は、出退勤や休暇取得を自由にできる制度を導入した事例である。事例2-3-2は、地域活動への参加を促すことで従業員の育成を図っている企業の事例である。このように、独自の制

度を導入して労働環境の改善活動に取り組むことで、人材の確保や魅力ある雇用の場の創出を行えるという点は小規模事業者の特徴といえよう。

事例

事例2-3-1：株式会社パプアニューギニア海産

「無断欠勤OK！『フリースケジュール制』で、パート従業員の働きやすい環境を実現する企業」

大阪府茨木市の株式会社パプアニューギニア海産（従業員18名、資本金1,000万円）は、パプアニューギニア産の船凍天然エビの輸入、加工、販売を行う企業である。同社はもともと、宮城県石巻市で事業を行っていたが、東日本大震災で被災。同地での事業再開は困難となったものの、顧客企業から大阪府茨木市にある中央卸売市場内の一角を紹介され、2011年5月から同市で事業を再開している。

同社は、パート従業員が働きやすい職場を実現するために、工場長である武藤北斗氏が発案した「フリースケジュール制」というユニークな制度を導入している。この制度は、出社日、出社時間、退社時間が自由であり、実際の出退勤の時間を記録するだけで良いという制度である。

制度導入前の同社は、必ずしも「働きやすい職場」ではなかった。パート従業員同士の人間関係は良いとは言えず、工場内の業務を任されていた男性社員（前工場長）も、2013年7月に突如退職。特に、被災を乗り越えて大阪という新たな地での事業を支えてくれた仲間の退職は、武藤氏にとって、「働くことの意味、働きやすい職場の実現」に真摯に向き合わされる出来事となった。工場長に就任した武藤氏がまず行ったことは、同社の事業を支えるパート従業員の話聞くことだった。パート従業員との対話を通じて、育児や親の介護など家庭の事情を抱えている従業員の多さに改めて気付かされた。特に、子どもに関わる不測の事態は、事前には分からない。こうした事情に応えるために始めたのが、勤務スケジュールの柔軟化であった。取組初期は、

「1週間当たりの働く日数だけ決めてもらう」というものだったが、最終的に現在の「フリースケジュール制」が定着した。同社が行う冷凍エビの加工は、一日単位で細かく製造量を調整する必要がなく、出勤人数に応じてエビを解凍し加工すれば良い。「フリースケジュール制」は、こうした事業内容の特性をいかした、画期的な制度であった。

同社はこのほかにも、「嫌いな作業をしてはいけない」といった制度を導入している。数か月に1回実施するアンケートで「嫌いな作業」にバツを付けてもらい、バツを付けた作業について、次のアンケートまで従事することを禁止する制度である。作業の好き嫌いは人によって異なるため、全員が嫌いと答える作業はなく、特に問題なく業務は回っているという。

こうした取組の結果、パート従業員の離職率が低下し、一人一人の熟練度が向上。また、「自分の決めた時間で自分の決めた業務だけをやる」ことも、従業員のモチベーションや生産効率の向上につながっている。さらに、取組が評判を呼び、これまで苦心していた新たなパート従業員の採用も容易になった。

武藤工場長は「『フリースケジュール制』を始めとした取組の本質は、パート従業員に意思決定権があることである。人は自分が決めたことは守ろうとする。今後もパート従業員との信頼関係を第一にし、働きやすい職場の実現に向けた取組を進めていきたい。」と語る。



工場長の武藤北斗氏



工場での作業の様子

事例 事例2-3-2：株式会社大志建設

『地域貢献手当』を支給し、従業員の地域活動への参加を促す企業

静岡県沼津市の株式会社大志建設（従業員10名、資本金1,000万円）は、県内を中心に土木工事や造園工事を手掛けている企業である。創業は1963年であり、現在の代表取締役の杉澤教人社長は3代目の経営者である。

2004年に29歳と若くして同社を継いだ杉澤社長は、地元の青年会議所の活動を通じて、人前で話す能力や地元経営者との関係構築力を習得できたという自身の経験をヒントに、地域の社会活動に参加することは、地域貢献のみならず従業員の成長の機会にもなるのではと考え、「地域貢献手当」の制度を創設した。

「地域貢献手当」は、社会活動に参加している従業員に対して、担う役職に応じて毎月2,000～10,000円を支給する制度である。例えば、PTA会長の場合、毎月5,000円支給される。この制度では、従業員の配偶者が参加している場合でも、手当は支給される。従業員が配偶者の代理として社会活動に出席する可能性があることに加え、同社が「家族からも支持される会社」を目指していることが理由である。

当該手当を整備し、従業員が社会活動へ積極的に参加するようになったことで、社外の人と関わる機

会が増え、仕事上も相手の立場を踏まえた説明や気遣いが自然にできるなど、仕事に対する姿勢や現場での立ち居振る舞いにも変化が生じている。また、従業員の社会活動における仕事ぶりが評価されたことで、顧客から名指しで仕事を依頼されることもあり、売上の増加にも貢献している。加えて、地域貢献手当を整備したことで、「大志建設は従業員を大切にしている企業である」と評判になり、従業員の新規採用にもつながっている。

杉澤社長が「地域貢献手当」を支給しているもう一つの理由として、地域コミュニティの存続に対する強い思いがある。東日本大震災の際に、地域のリーダーを失った被災地を見た経験から、地域のリーダーの存在が地域コミュニティの存続に大きな影響を及ぼすと痛感した。こうした地域コミュニティの減少は長期的には同社の取引先の減少につながる恐れがあり、自社の従業員に対し、地域コミュニティを支える地域のリーダーへと成長してほしいと考えている。「地域の社会活動への参加を通して成長した従業員とともに事業を行うことで、今以上に地域に必要とされる企業になりたい。」と杉澤社長は語る。



杉澤教人社長



従業員の皆さん

第2節 女性・高齢者の雇用実態

人手不足の高まりを受け、女性や高齢者などを含む多様な人材の活用は、今後ますます必要となる。ここでは、総務省「就業構造基本調査」を用いて、女性・高齢者の地域における就業状況や小

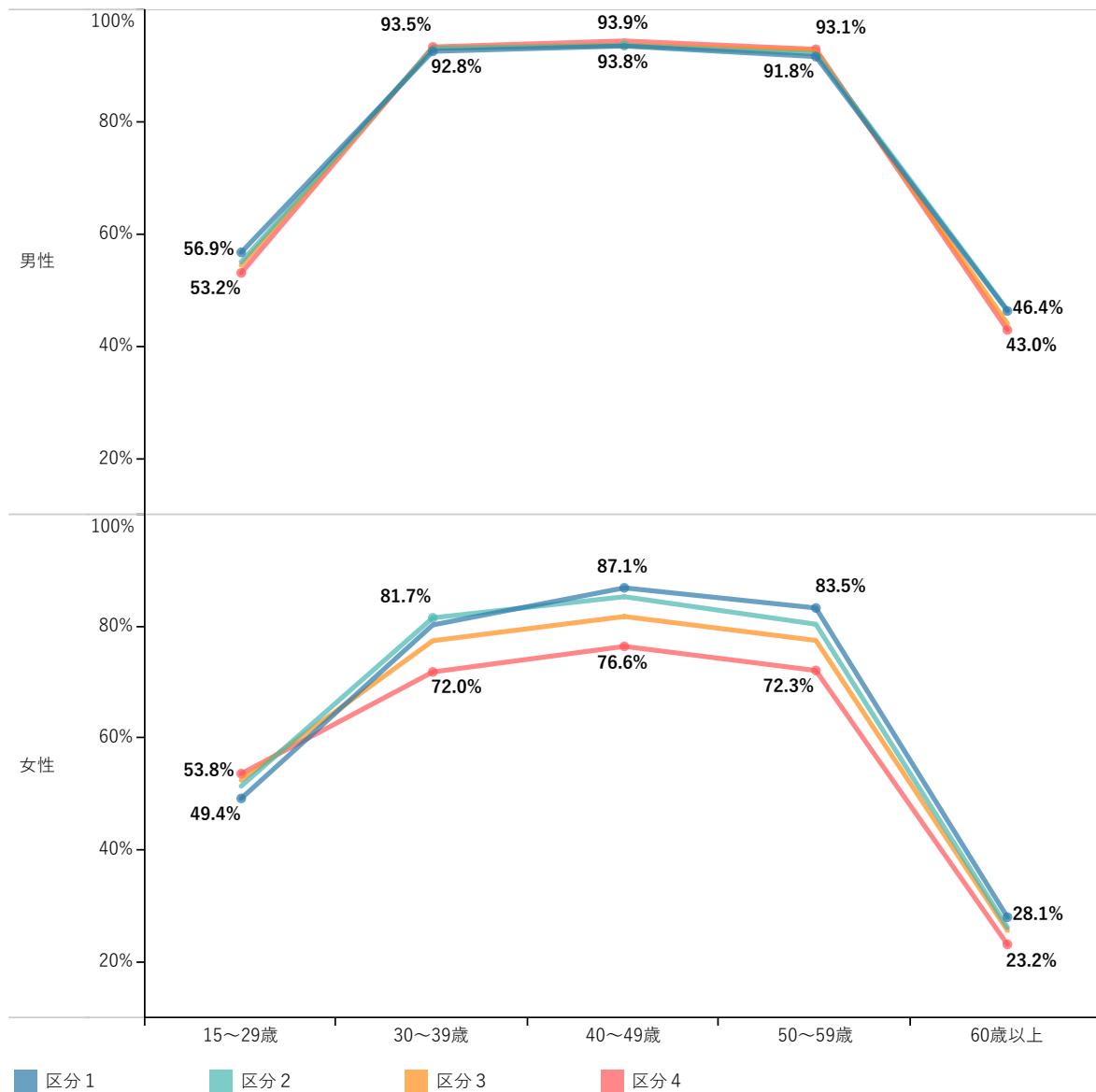
規模事業者における雇用実態を明らかにし、「事業者アンケート調査」を用いて小規模事業者の女性・高齢者への労働環境の整備状況を確認する。

1 地域における女性・高齢者の就業状況

第2-3-11図は、男女別・年齢区分別・人口密度区分別に就業率を示したものである。これを見ると、男性では人口密度区分による地域間での格差はほとんど見られないものの、女性では人口密

度が低い地域ほど、就業率が総じて高い傾向にあることが分かる。また、男女共に人口密度が低い地域ほど、60歳以上の就業率が高いことも分かる。

第2-3-11図 男女別・年齢区分別・人口密度区分別に見た、就業率



資料：総務省「平成29年就業構造基本調査」再編加工

(注)1.「ふだん何か収入になる仕事をしていますか」という問いに対して、「仕事をしている」と回答した者を、「就業者」として集計している。

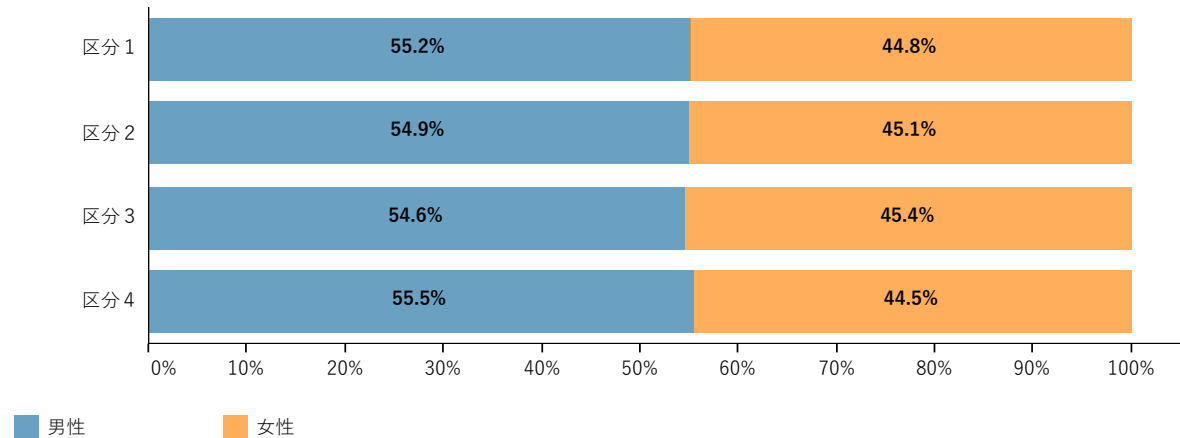
2.就業率とは15歳以上の人口に占める「就業者」の割合を指す。

3.人口密度区分とは、人口密度の四分位で各市区町村を4つの区分（人口密度が小さいものから、区分1～区分4）に分けたもの。

次に、女性の就業者に占める割合を確認する。
第2-3-12図は、人口密度区分別に就業者の男女
構成を示したものである。これを見ると、就業者

の男女構成は、地域間で大きな差は無い結果と
なっている。

第2-3-12図 人口密度区分別に見た、就業者の男女構成



資料：総務省「平成29年就業構造基本調査」再編加工

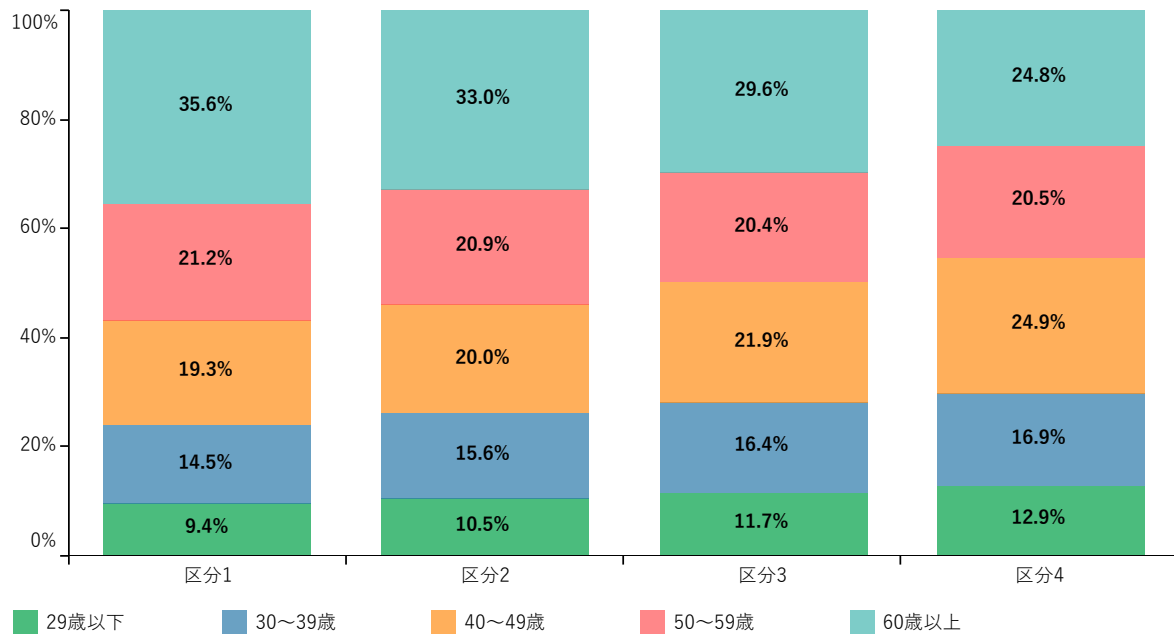
(注)1.「ふだん何か収入になる仕事をしていますか」という問いに対して、「仕事をしている」と回答した者を、「就業者」として集計している。

2.人口密度区分とは、人口密度の四分位で各市区町村を4つの区分（人口密度が小さいものから、区分1～区分4）に分けたもの。

最後に、60歳以上の就業者が全就業者に占める割合について確認する。第2-3-13図は、就業者の年齢構成を人口密度区分別に示したものであ

る。これを見ると、人口密度が低い地域ほど、全就業者に占める「60歳以上」の割合が高いことが分かる。

第2-3-13図 人口密度区分別に見た、就業者の年齢構成



資料：総務省「平成29年就業構造基本調査」再編加工

(注)1.「ふだん何か収入になる仕事をしていますか」という問いに対して、「仕事をしている」と回答した者を、「就業者」として集計している。

2.人口密度区分とは、人口密度の四分位で各市区町村を4つの区分（人口密度が小さいものから、区分1～区分4）に分けたもの。

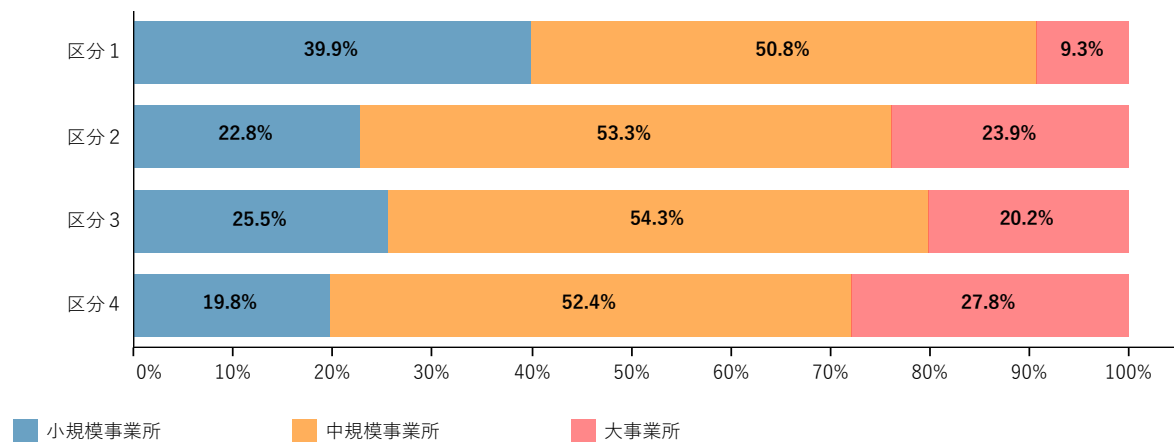
2 企業規模別に見た女性・高齢者の雇用実態

①地域別に見た従業者数の事業所規模別構成

第2-3-14図は、総務省・経済産業省「経済センサス-活動調査」を用いて、人口密度区分別に、事業所規模別従業者数の構成割合を示したもので

ある。これを見ると、人口密度が低い地域ほど、小規模事業所で働く従業者の割合がおおむね高いことが分かる。

第2-3-14図 人口密度区分別に見た、事業所規模別従業者数の構成割合



資料：総務省・経済産業省「平成28年経済センサス-活動調査」再編加工

(注)1.事業所単位での集計となっている。

2.ここでいう「小規模事業所」とは、総従業者20人以下（卸売業、小売業、飲食店、サービス業は5人以下）の事業所（一部の政令指定業種を除く）をいう。

3.総従業者300人以下（卸売業、サービス業は100人以下、小売業、飲食業は50人以下）の事業所を「中小事業所」とする（一部の政令指定業種を除く）。ここでいう「中規模事業所」とは、「中小事業所」のうち、「小規模事業所」に当てはまらない事業所をいう。

4.ここでいう「大事業所」とは、「中小事業所」以外の事業所をいう。

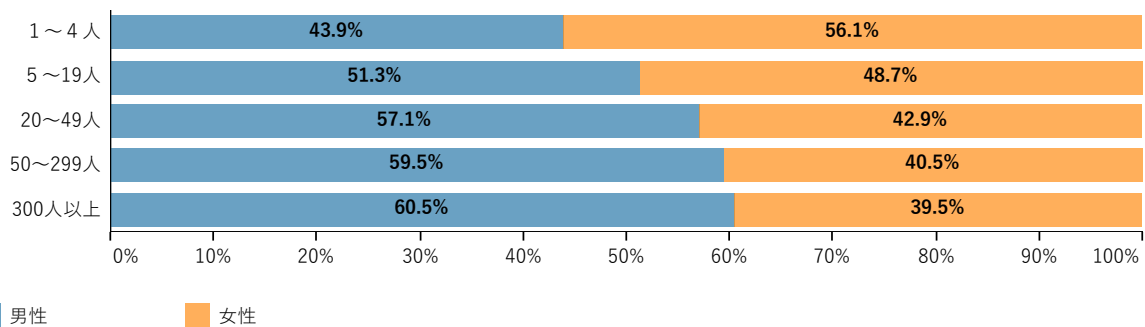
5.人口密度区分とは、人口密度の四分位で各市区町村を4つの区分（人口密度が小さいものから、区分1～区分4）に分けたもの。

②従業員規模別の女性・高齢者の雇用実態

次に、総務省「就業構造基本調査」を用いて、従業員規模別に女性・高齢者の雇用実態を確認していく。

第2-3-15図は、従業員規模別に従業員の男女構成を示したものである。これを見ると、従業員規模が小さい企業ほど全従業員に占める女性従業員の割合が高いことが分かる。

第2-3-15図 従業員規模別に見た、従業員の男女構成



資料：総務省「平成29年就業構造基本調査」

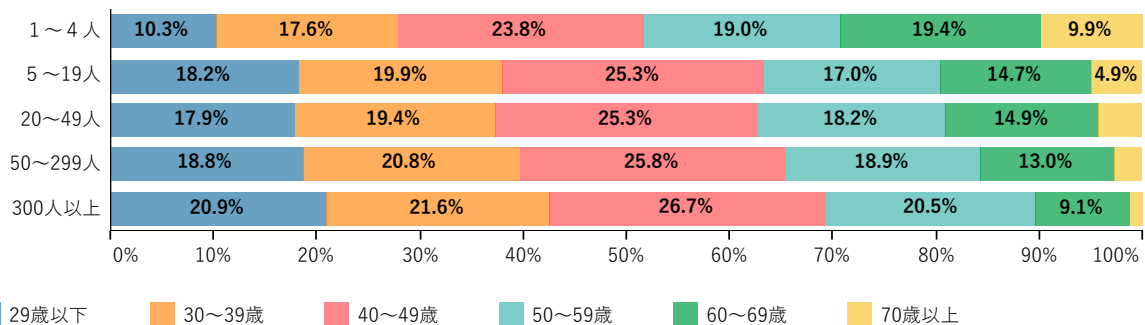
(注)1.「正規の職員・従業員」又は「非正規の職員・従業員」について集計している。

2.官公庁、その他の法人・団体に雇われている者は除いている。

第2-3-16図は、従業員規模別に従業員の年齢構成を示したものである。これを見ると、従業員

規模が小さいほど、全従業員に占める60歳以上の従業員割合が高いことが分かる。

第2-3-16図 従業員規模別に見た、従業員の年齢構成



資料：総務省「平成29年就業構造基本調査」

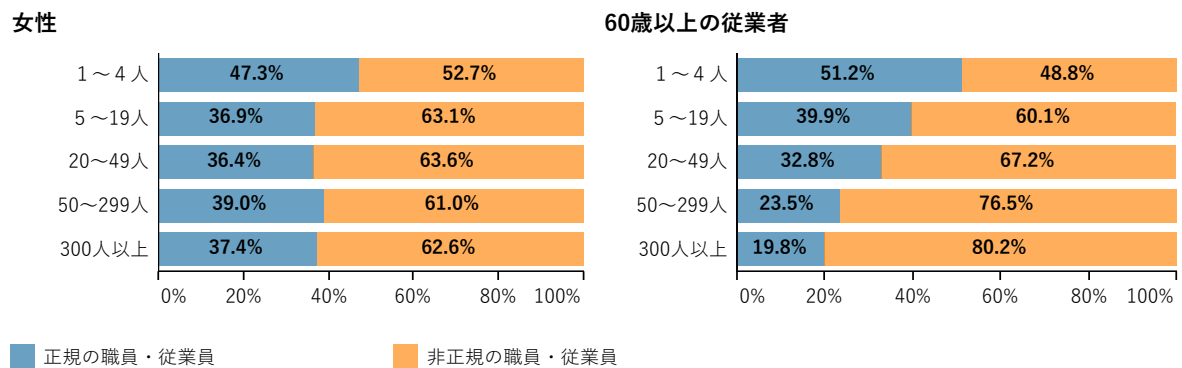
(注)1.「正規の職員・従業員」又は「非正規の職員・従業員」について集計している。

2.官公庁、その他の法人・団体に雇われている者は除いている。

第2-3-17図は、女性・60歳以上の従業員の雇用形態を従業員規模別に示したものである。女性従業員の雇用形態について見ると、「1～4人」の企業において正規での雇用割合が最も高くなって

いることが見て取れる。また、60歳以上の従業員の雇用形態について見ると、従業員規模が小さいほど正規での雇用割合が高いことが分かる。

第2-3-17図 従業員規模別に見た従業員の雇用形態



資料：総務省「平成29年就業構造基本調査」

(注)1.「正規の職員・従業員」又は「非正規の職員・従業員」について集計している。

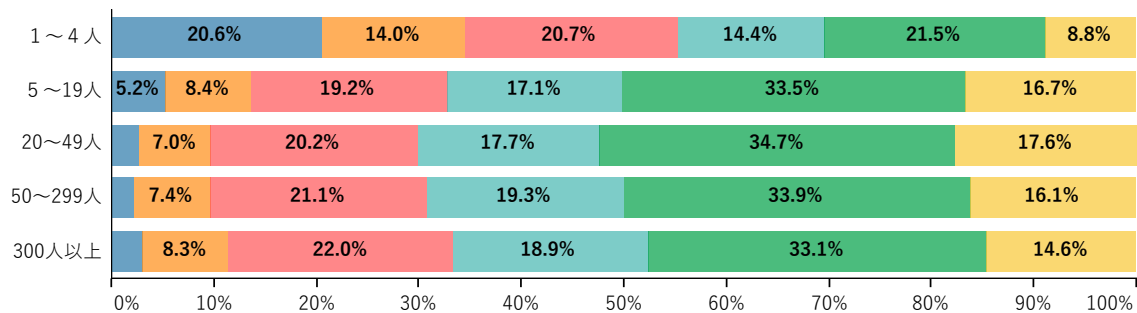
2.官公庁、その他の法人・団体に雇われている者は除いている。

第2-3-18図は、女性・65歳以上の従業員の就業年数を従業員規模別に示したものである。これを見ると、女性・65歳以上の従業員共に、「1～4

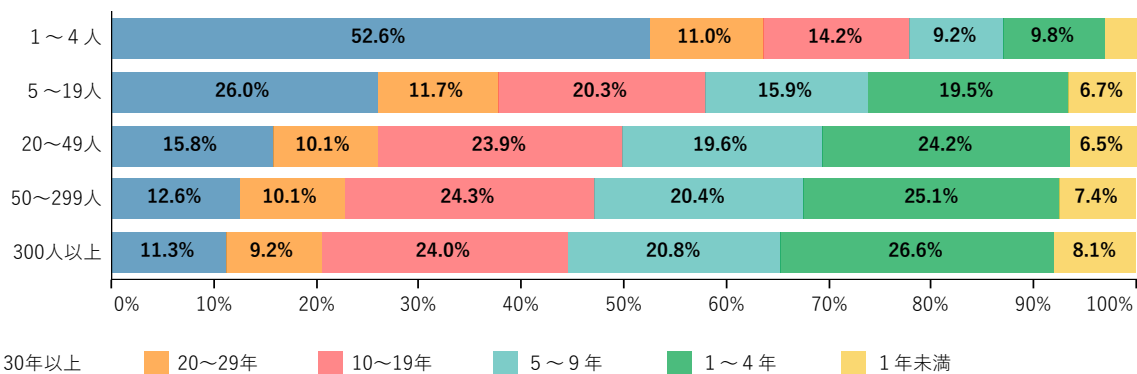
人」の企業で就業年数が顕著に長くなっていることが分かる。

第2-3-18図 従業員規模別に見た就業年数

女性



65歳以上の従業員



資料：総務省「平成29年就業構造基本調査」

(注)1.「正規の職員・従業員」又は「非正規の職員・従業員」について集計している。

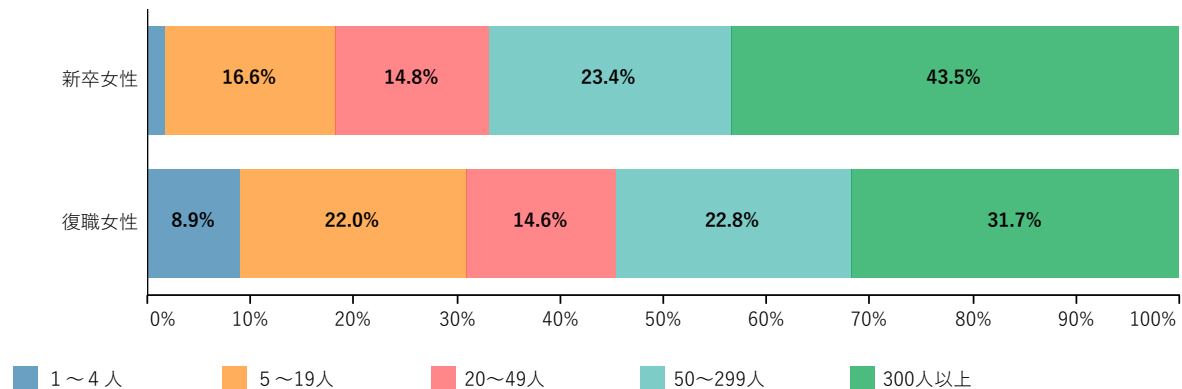
2.官公庁、その他の法人・団体に雇われている者は除いている。

③女性・高齢者の復職先

第2-3-19図は、新卒女性と出産・育児からの復職女性の就業先従業者規模を示したものである。

る。これを見ると、新卒女性と比べて、復職した女性の就業先は、規模の小さな企業の割合が高いことが分かる。

第2-3-19図 新卒女性と出産・育児からの復職女性の就業先従業者規模



資料：総務省「平成29年就業構造基本調査」再編加工

(注)1.官公庁、その他の法人・団体に雇われている者は除いている。

2.現在「正規の職員・従業員」又は「非正規の職員・従業員」として働いている女性で「1年前は何をしていましたか」という設問に「通学していた」と回答した者を「新卒女性」として集計している。

3.現在「正規の職員・従業員」又は「非正規の職員・従業員」として働いている女性で、前職が有り、前職離職理由を「出産・育児のため」と回答した者を「復職女性」として集計している。

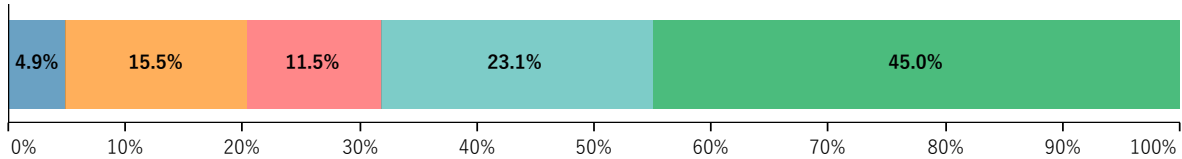
第2-3-20図は、59歳以下の従業者²と定年退職から復職した者の就業先従業者規模を示したものである。これを見ると、59歳以下の従業者に比

べて、定年退職後の就業先は、規模の小さな企業の割合が高いことが分かる。

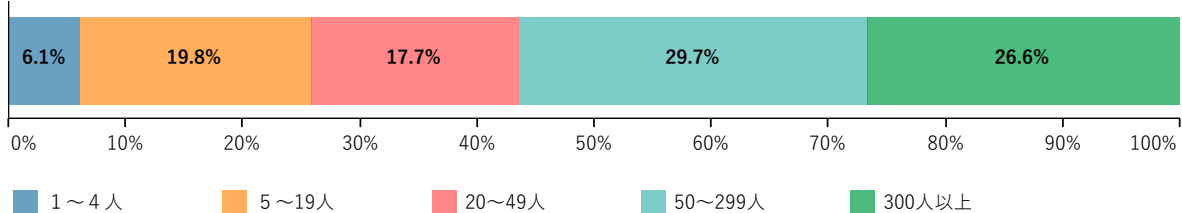
2 厚生労働省「平成29年就労条件総合調査」によると、一律定年制を定めている企業のうち、79.3%が60歳を定年年齢としていることから、ここでは59歳以下の年齢層を比較対象とした。

第2-3-20図 59歳以下の従業者と定年退職から復職した者の就業先従業者規模

59歳以下の従業者



定年退職から復職した者



資料：総務省「平成29年就業構造基本調査」再編加工

(注)1.「59歳以下の従業者」は「正規の職員・従業員」又は「非正規の職員・従業員」について集計している。

2.官公庁、その他の法人・団体に雇われている者は除いている。

3.現在「正規の職員・従業員」又は「非正規の職員・従業員」として働いている者で、前職が有り、前職離職理由を「定年のため」と回答した者を「定年退職から復職した者」として集計している。

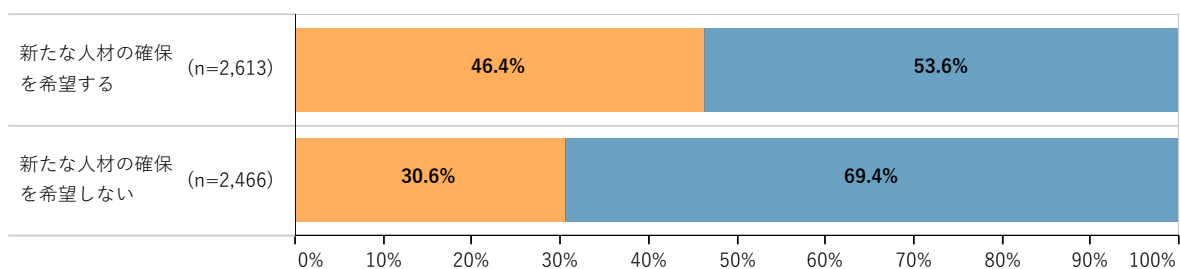
④子育て中の者と高齢者への労働環境の整備状況

最後に、「事業者アンケート調査」を用いて、小規模事業者の子育て中の者³・高齢者の働きやすい環境の整備状況について確認する。

第2-3-21図は、子育て中の者が働きやすい環

境の整備状況を、新たな人材確保の希望状況別に示したものである。これを見ると、「新たな人材を確保したい」と回答した事業者は、子育て中の者が働きやすい環境を整備している割合が高いことが分かる。

第2-3-21図 新たな人材確保の希望状況別に見た、子育て中の者が働きやすい環境の整備状況



子育て中の者が働きやすい環境

整備している 整備していない

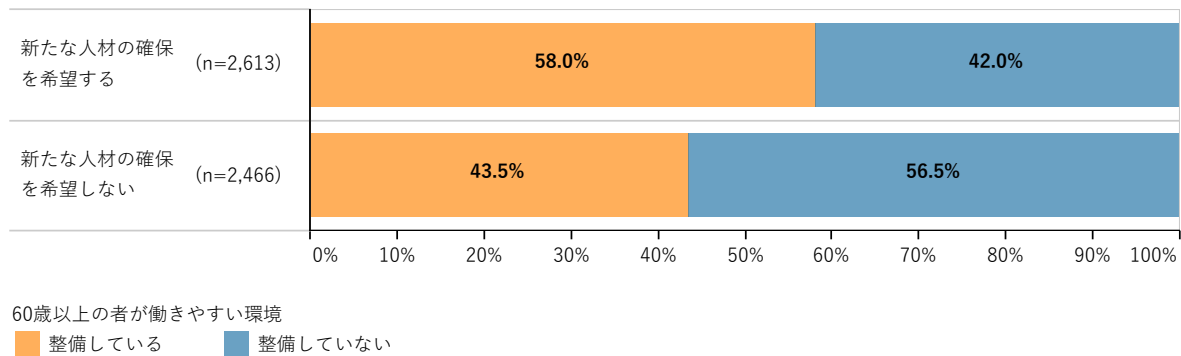
資料：みずほ情報総研(株)「地域における小規模事業者の事業活動等に関する調査」

3 ここでの「子育て中の者」は自身が主に育児を担っている者のことをいう。

第2-3-22図は、60歳以上の者が働きやすい環境の整備状況を、新たな人材確保の希望状況別に示したものである。これを見ると、「新たな人材

を確保したい」と回答した事業者は、60歳以上の者が働きやすい環境を整備している割合が高いことが分かる。

第2-3-22図 新たな人材確保の希望状況別に見た、60歳以上の者が働きやすい環境の整備状況



資料：みずほ情報総研(株)「地域における小規模事業者の事業活動等に関する調査」

以上で示したとおり、小規模事業者は、女性や高齢者が継続して長く働ける環境を提供していること、多くの出産・育児から復職した女性や定年退職した高齢者の就業先となっていることが分かった。

事例2-3-3は、定年退職した高齢者の活躍の場を提供する企業の事例である。また、事例2-3-4は、子育てと両立できるように働きやすい環境を

提供する企業の事例である。このように、個々の事情に応じた柔軟な働き方を可能としている小規模事業者は少なくない。小規模事業者は、地域において、多様な人材活躍の場を提供するといった「価値」を生み出していると言えよう。

さらに事例2-3-5では、子育て中の女性や障がい者に在宅ワーカーとして働く場とスキルアップの場を提供する企業組合の事例を紹介している。

事例

事例2-3-3：株式会社テラサワ

『生涯現役』をモットーに、定年退職したシニア世代の活躍の場を提供する企業

埼玉県横瀬町の株式会社テラサワ（従業員5名、資本金1,500万円）は、工業用水の浄化装置の製造とメンテナンスを行う企業である。

同社の社長である寺澤防子氏は、地元秩父市の電子機器メーカーに42年間勤務し定年を迎えたが、定年後も仕事を生きがいにしていきたいとの思いから、同社を設立した。業務が軌道に乗り、人員体制の強化が必要になってきたため、20～30代の若手従業員を採用したが、製品開発、取引先開拓のための提案営業、既存の大手顧客へのアフターケアについて、経験のない若手従業員では十分な対応ができず、トラブルになることもあり、結果的には2年もたずに退社してしまった。こうした経験も踏まえ、同社は採用方針を変更。経験豊富な人材を確保すべく、前職の電子機器メーカーで同じく定年を迎えた元同僚を始め、やる気があり、かつ能力も高い定年退職後の技術者を従業員として積極的に採用した。現在、同社の従業員は、全員が定年退職後のシニア世代となっている。

寺澤社長は、経験豊富で能力も高いこのようなシ

ニア従業員が更に実力を発揮できるよう、自由に意見や提案ができる環境を整えるなど、ストレスのない職場づくりを心掛けている。仕事のやり方を従業員に任せることで、従業員もより働きやすい職場にしようと自主的に動くようになり、職場環境の課題が見つければ、従業員同士で話し合い、改善策を提案するようになった。

同社では、職場改善の提案は全て採用することとしており、従業員からの提案に基づき、就業時間の見直しも行われた。この結果、就業時間を月曜日から木曜日は午前8時から午後3時、金曜日は午前8時から正午までに短縮した。就業時間を短縮した分、従業員は余暇時間を健康づくりに充てるようになり、従業員の健康維持につながっている。また、勤務時間が短くなった分、業務の効率化に励むようになり、会社全体の生産性が向上しているという。

『生涯現役』をモットーに、シニア従業員が能力を最大限に発揮でき、生涯働き続けることができる場所をこれからも提供していきたい。」と寺澤社長は語る。



寺澤防子社長



工場での作業の様子

事例

事例2-3-4：株式会社きらり．コーポレーション

「子連れ出勤などを可能にし、女性が生き生きと働くことができる環境を提供する企業」

熊本県熊本市の株式会社きらり．コーポレーション（従業員10名⁴、資本金500万円）は、熊本県内の中小企業を対象とした人材育成事業やワーク・ライフ・バランスの啓発に取り組む企業であり、代表取締役である塚本薫氏によって2009年に創立された。

塚本社長が現在の事業を始めたきっかけは、自身の経験と深く関わっている。①結婚・出産を機に専業主婦となり、子育てに専念した生活を送る中で社会とのつながりの稀薄化を感じた経験、②ビジネススキルの低下による復職への不安を感じながら復職した経験、③復職後の大手企業では、残業や出張などが頻繁であったことに加え、長男の入院や九州支社の撤退により退社を余儀なくされた経験、④障がいのある子どもを育てながら仕事と両立するためには、時間を自らつくる必要があり、そのために自身のスキルアップを行うことで時間を創りだしていた経験など、様々な自身の経験を振り返る中で、仕事と子育てを両立できる働きやすい職場を増やしていくことの必要性を感じたことが、事業を始めたきっかけとなっている。

働きやすい職場作りに向けたコンサルティング業務を手掛ける同社では、ワーク・ライフ・バランス

の実現に向けた先進的な取組を率先している。まず、同社の働き方は基本的に裁量労働制である。仕事のやり方・進め方は従業員それぞれが決めて良いこととしている。また、業務が遂行できるのであれば、オフィスに来る必要性は無いと考えており、創立時からテレワーク・在宅勤務も推奨している。加えて、同社の従業員の多くは子育て中の女性であることから、子連れ出勤も可能としており、オフィスの一角に子供部屋を設けて、子供と共に働くことができる環境を整備している。さらに、同社では、従業員のライフイベントやライフステージに応じて、正社員とパート職員という勤務形態を柔軟に変更することが可能な制度も導入している。なお、こうした同社の取組は、口コミで評判となり、求人募集を行っていないにもかかわらず、同社で働きたいと相談してくる人も多いという。

塚本社長は「地域の中小企業では人手不足が深刻化しているが、働きやすい職場を整備することは人手不足を解決する大きな可能性を持っている。自社の取組を地元の中小企業が活用できるよう支援を行っていきたい」と語る。



塚本薫社長



子連れ出勤の様子

4 2017年6月までは5名

事例 事例2-3-5：AISOHO企業組合

「在宅ワーカー制度により、育児中の女性や障がい者に対して働く場、スキルアップの場を提供する企業組合」

山形県山形市のAISOHO企業組合（組合員4名、資本金8万円）は、子育て・介護など家庭の事情や障がいなどを抱える人に対して、「在宅ワーカー」として働く場を提供する組合である。

同組合の専務理事である海谷美樹氏は、自身が出産後に在宅ワーカーとして働いていた経験を活かし、2001年8月から在籍していた子育て支援NPO団体でSOHO支援を行う事業（山形県地域緊急雇用対策SOHO推進業務）に携わった。育児中の女性が30名程集まり、在宅勤務で対応できる音声起こしやデータ入力を請け負う事業を開始したが、事業は1年で終了してしまい、せっかく集まったやる気のある子育て中の母親たちの働く場を提供したいとの思いから、海谷氏を含むコアメンバーで活動を継続し、2004年12月に同組合の設立に至った。

組合設立後は、着実に事業の幅を広げ、2019年12月時点では25人が在宅ワーカーとして登録しており、登録者の9割は子育て中の母親で、障がいを持った人や男性もいる。同組合は、行政や民間企業より請け負った業務を在宅ワーカーと共に従事することで運営している。同組合が請け負う主な業務

は、①ウェブサイトの作成・更新、②音声起こし・データ入力である。特に音声起こし・データ入力は15年間の納品実績や成果物の品質が評価され、安定受注につながっている。

また、同組合は、在宅ワーカーのスキルアップの支援にも取り組んでいる。ウェブサイトの作成・更新業務には、比較的高いスキルが要求されるが、オンライン講座の開発・提供などを通じて、所属する在宅ワーカーの能力向上を支援している。また、2018年には、事務所の隣にパソコン支援サロン「TERACOザウルス」を開設し、地域の人々との交流ができるパソコンサロンも開いている。

設立当初は、子育て中の母親への支援を目的としていたが、人手不足が深刻化する中、行政や民間企業における業務のアウトソース先として、同組合への期待は年々高まってきている。こうして地域から必要とされることは、在宅ワーカーの再雇用に向けての自信獲得にもつながっている、と海谷氏は考える。

「今後も、同組合の事業を通じて、様々な人にスキルアップできる機会を提供し、自信や働く喜びを感じてもらいたい。」と海谷氏は語る。



専務理事の海谷美樹氏



事務所と「TERACOザウルス」

第3節 小規模企業経営者自身の働き方と起業・創業

我が国には、約305万者の「小規模企業経営者」が存在する。また地域の経済の活力を維持するには、新しく経営者になる人を増やすことも重要である。

本節では、「事業者アンケート調査」と「住民アンケート調査」を用いて、小規模企業経営者自身の働き方と、地域における起業・創業について分析していく。

1 小規模企業経営者自身の働き方

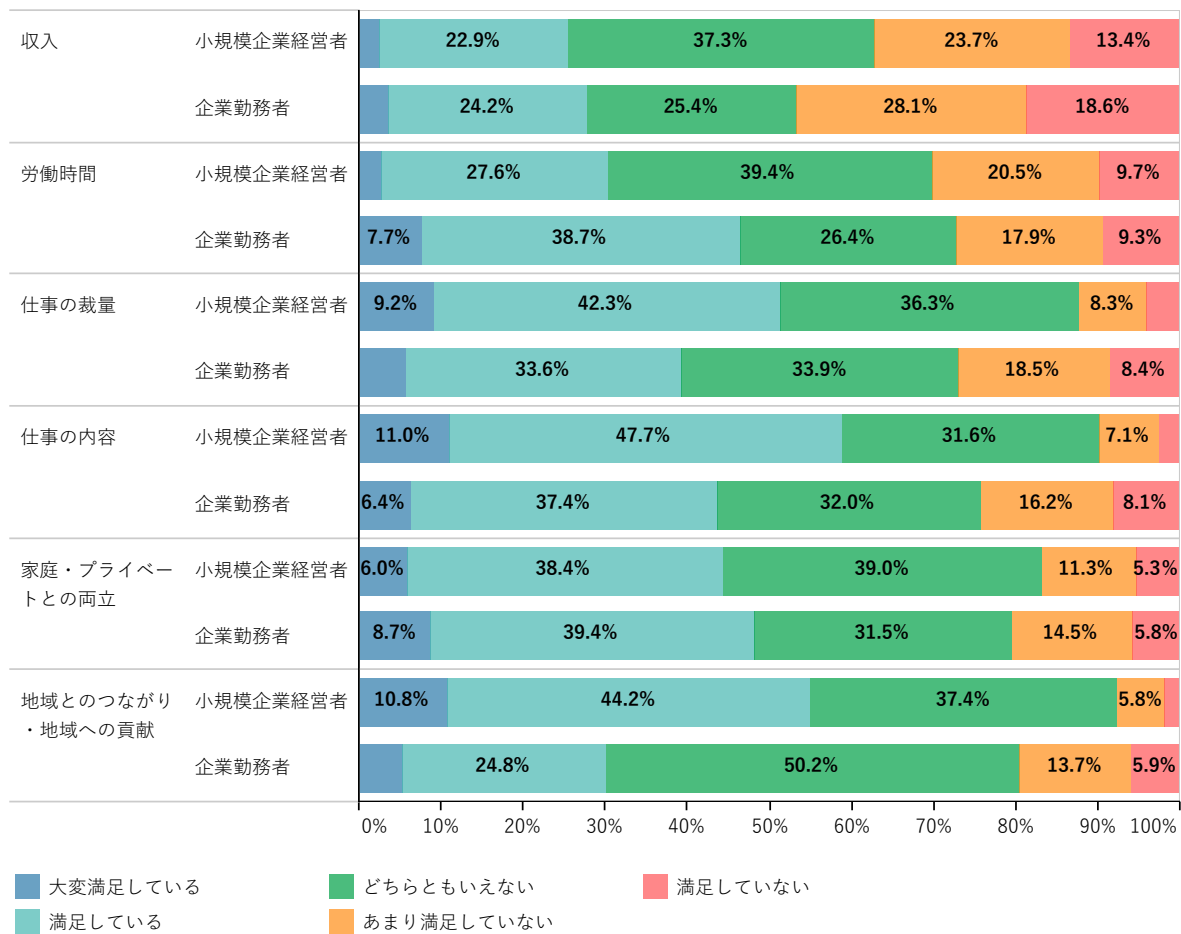
①働き方への満足度

第2-3-23図は、小規模企業経営者と企業勤務者⁵それぞれの仕事・生活に対する満足度を示したものである。経営者は、企業勤務者と比べて「収入」や「労働時間」、「家庭・プライベートとの両立」に対して、「大変満足している」又は

「満足している」と回答した割合が低い一方、「仕事の内容」や「仕事の裁量」、「地域とのつながり・地域への貢献」において、「大変満足している」又は「満足している」と回答した割合が高いことが分かる。

⁵ ここでいう企業勤務者とは「住民アンケート調査」で、「収入になる仕事をしている」と回答した者のうち、「会社役員・自営業主」と回答した者を除いた者を指す。

第2-3-23図 小規模企業経営者と企業勤務者それぞれの仕事・生活に対する満足度



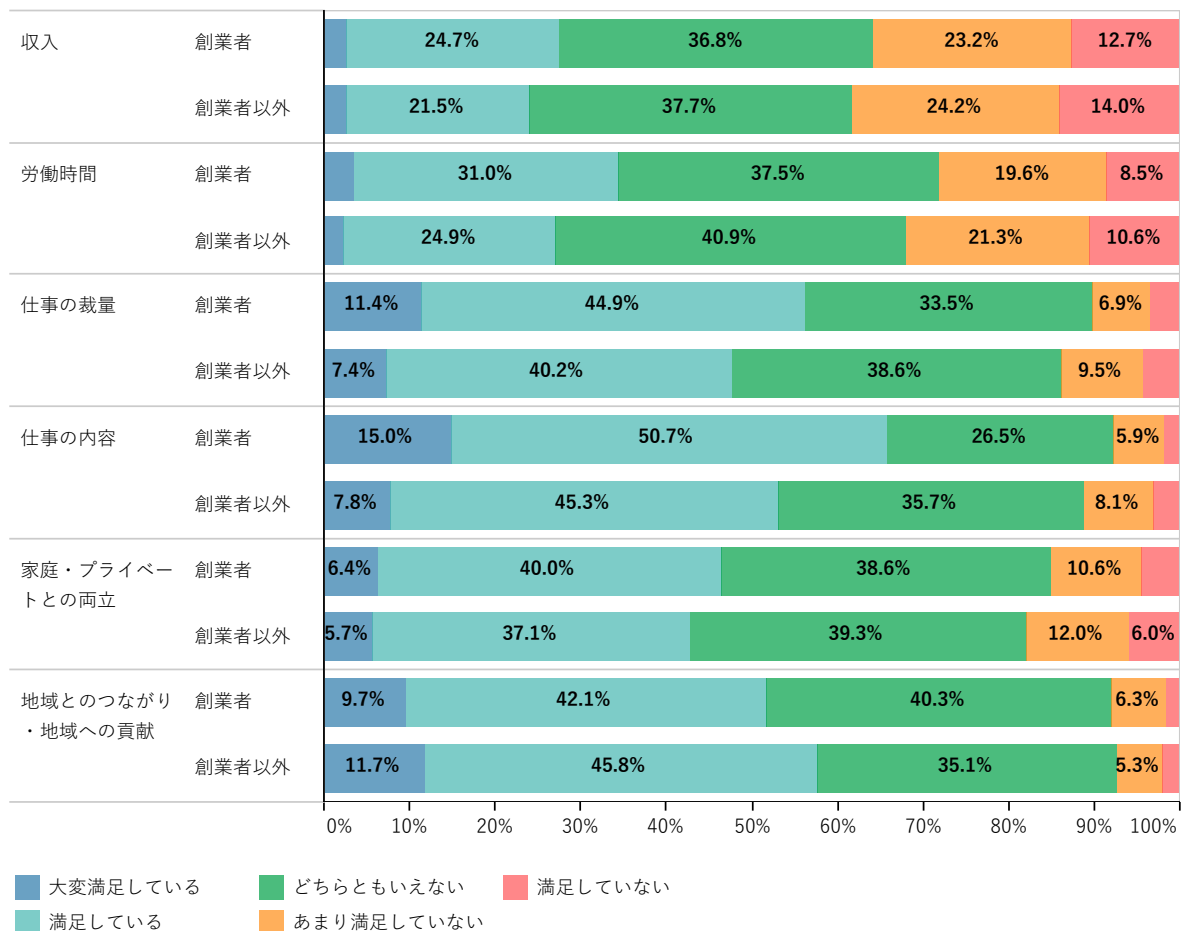
資料：みずほ情報総研(株)「地域における小規模事業者の事業活動等に関する調査」、「普段の生活と地域とのかかわりに関するアンケート」

(注) n 数は以下のとおり。小規模企業経営者：n = 5,079、企業勤務者：n = 2,524。

第2-3-24図は、小規模企業経営者のうち、創業者と創業者以外の者の項目別の満足度を比較したものである。これを見ると、「創業者」は「創業者以外」と比べて、「地域とのつながり・地域

への貢献」以外の項目において、「大変満足している」又は「満足している」と回答する者の割合が高いことが分かる。

第2-3-24図 小規模企業経営者のうち、創業者と創業者以外の者の仕事・生活に対する満足度



資料：みずほ情報総研(株)「地域における小規模事業者の事業活動等に関する調査」

(注)1.n数は以下のとおり。創業者：n=2,259。創業者以外：n=2,820。

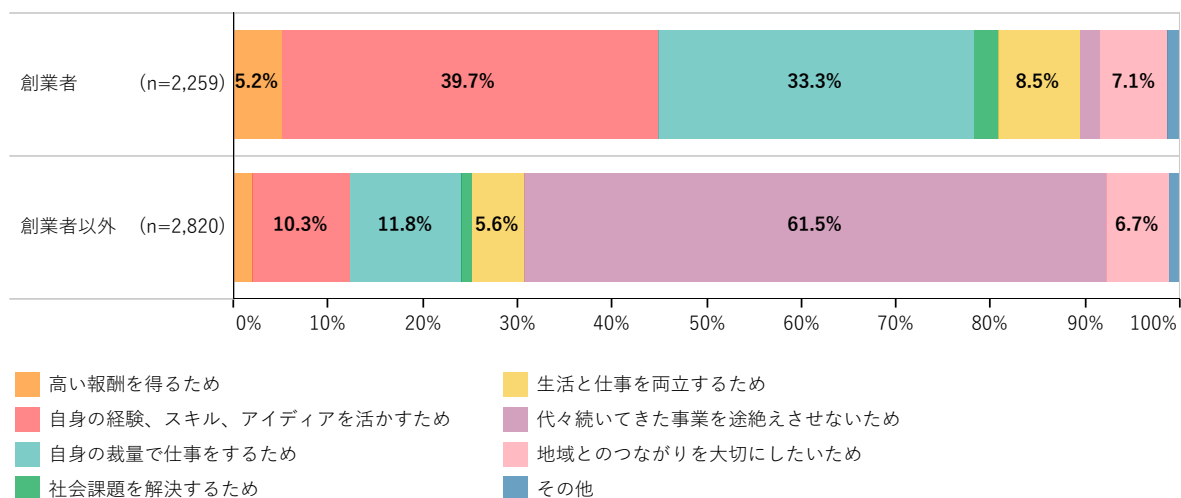
2.創業者以外は、「二代目」、「三代目」「四代目以降」、「わからない」と回答した者を集計している。

②小規模企業経営者という働き方を選んだ理由

第2-3-25図は、経営者という働き方を選択した理由を「創業者」と「創業者以外」に分けて示したものである。「創業者」では「自らの経験、スキル、アイデアを活かすため」と回答する者が39.7%と最も多く、次いで「自身の裁量で仕事

をするため」と回答する者が33.3%と多い。一方、「創業者以外」では、「代々続いてきた事業を途絶えさせないため」と回答する者が61.5%と最も多く、「創業者」とは経営者として事業を行うに当たっての動機が大きく異なることが分かる。

第2-3-25図 経営者という働き方を選択した理由



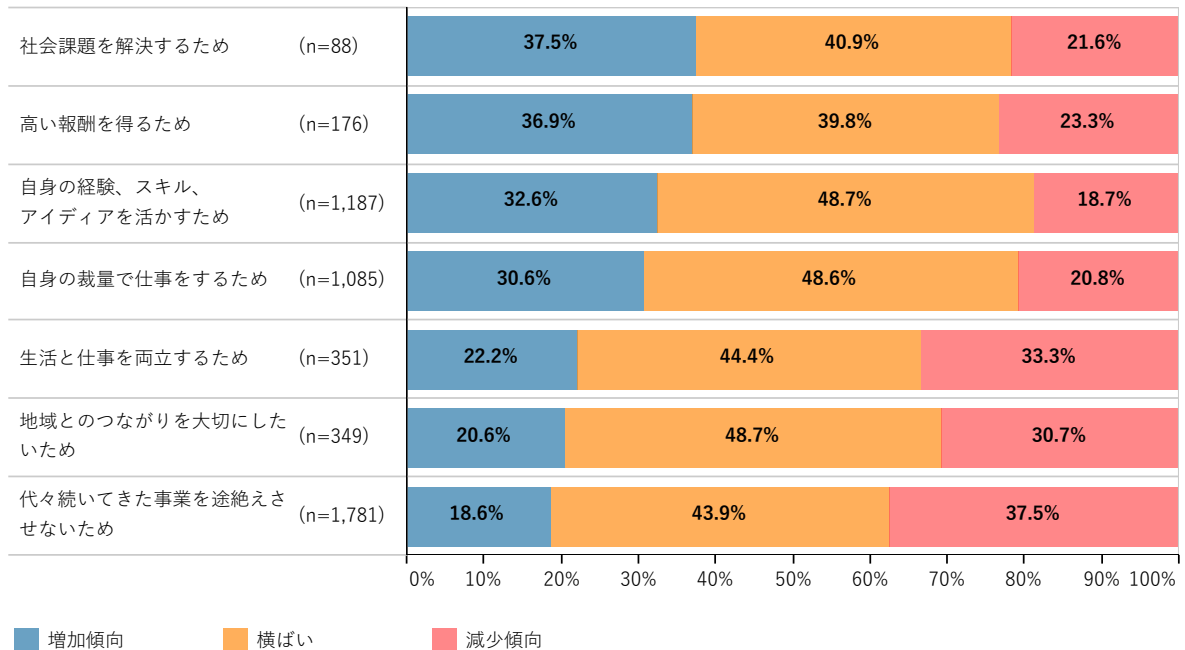
資料：みずほ情報総研(株)「地域における小規模事業者の事業活動等に関する調査」

(注)創業者以外は、「二代目」、「三代目」「四代目以降」、「わからない」と回答した者を集計したものである。

第2-3-26図は、経営者という働き方を選択した理由別に過去5年間の利益の傾向を示したものである。これを見ると、「社会課題を解決するため」と回答した経営者は、利益が「増加傾向」である

割合が最も高い。一方、「代々続いてきた事業を途絶えさせないため」と回答した経営者においては、利益が「減少傾向」である割合が最も高い。

第2-3-26図 経営者という働き方を選択した理由別に見た、過去5年間の利益の傾向



資料：みずほ情報総研(株)「地域における小規模事業者の事業活動等に関する調査」

(注)「その他」と回答した者は除いている。

2 地域における起業・創業

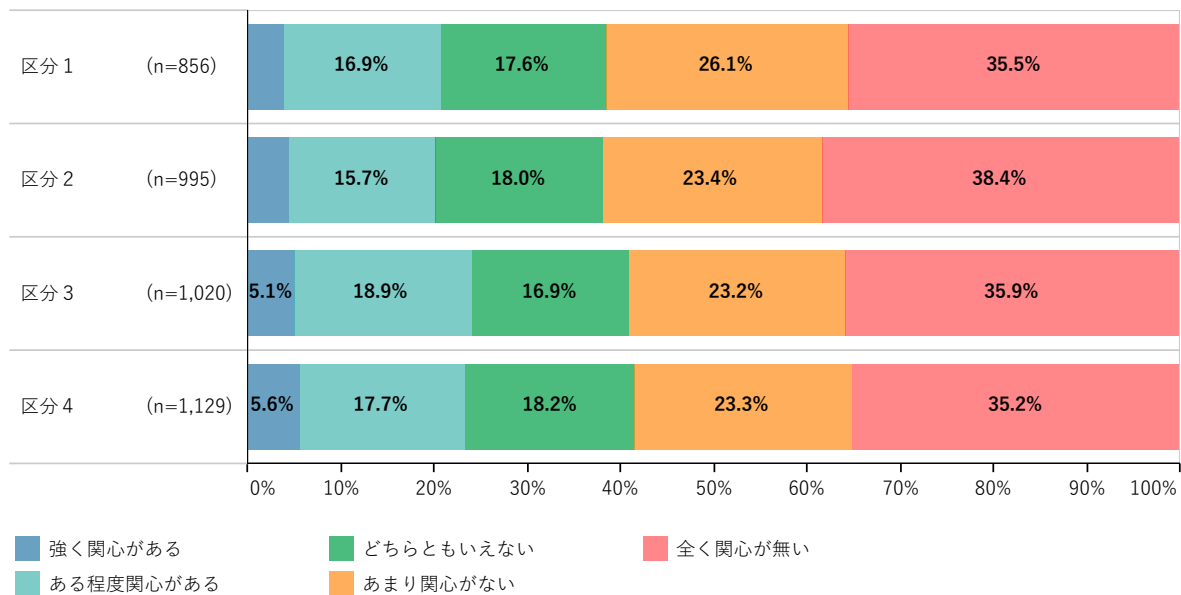
ここからは、「住民アンケート調査」を用いて、地域における起業・創業について分析していく。

① 起業への関心

第2-3-27図は、人口密度区分別に起業への関心の有無を示したものである。これを見ると、い

ずれの区分においても起業について「強く関心がある」又は「ある程度関心がある」と回答する者が2割以上存在することが分かる。また、こうした起業への関心については、地域による大きな差はないことも見て取れる。

第2-3-27図 人口密度区分別に見た、起業への関心の有無



資料：みずほ情報総研(株)「普段の生活と地域とのかかわりに関するアンケート」

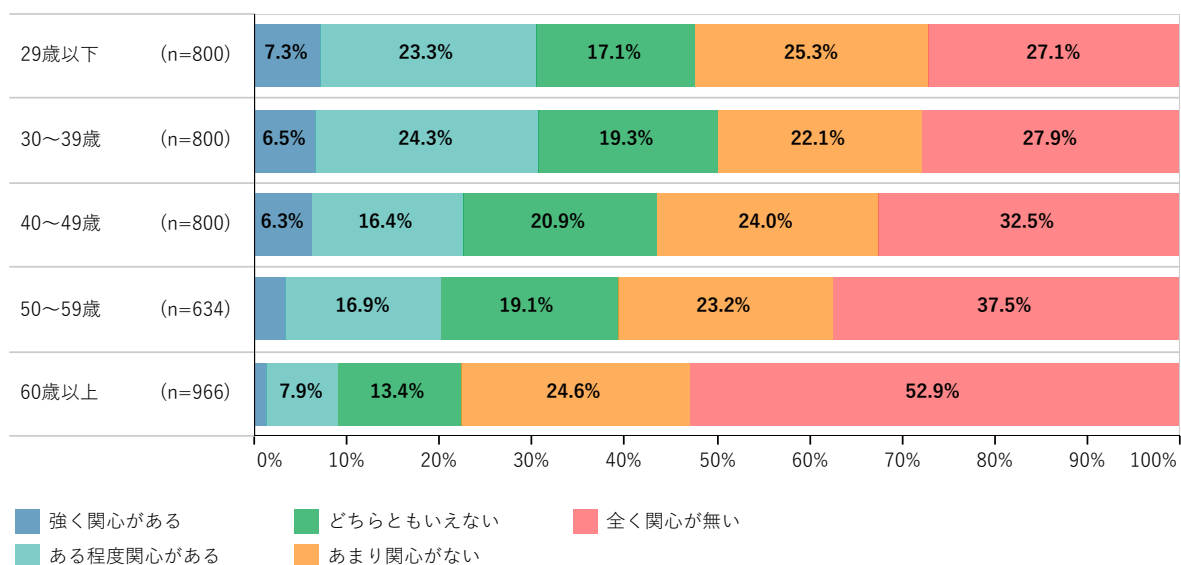
(注)1.既に自身で事業を行っている場合は既存事業と全く異なる事業を新たに行うことを指す。

2.人口密度区分とは、人口密度の四分位で各市区町村を4つの区分（人口密度が小さいものから、区分1～区分4）に分けたもの。

第2-3-28図は、起業への関心の有無を年齢別に示したものである。これを見ると、年齢層が低

いほど、起業への関心を持つ者の割合が総じて高いことが分かる。

第2-3-28図 年齢別に見た、起業への関心の有無



資料：みずほ情報総研(株)「普段の生活と地域とのかかわりに関するアンケート」

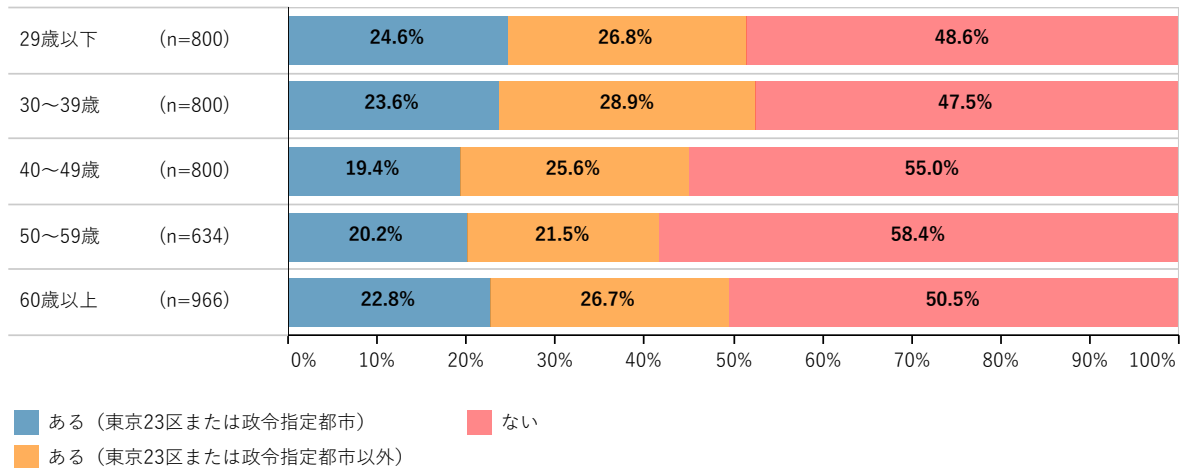
(注)既に自身で事業を行っている場合は既存事業と全く異なる事業を新たに行うことを指す。

②起業希望地域

第2-3-29図は、年齢別に「想い入れのある地域⁶」の有無について確認したものである。「29歳以下」、「30～39歳」の低年齢層と「60歳以上」の

高年齢層ほど、「想い入れのある地域」があると回答する者が多いことが分かる。また、「想い入れのある地域」の中でも、「東京23区または政令都市以外」と回答する者の方が多いことが分かる。

第2-3-29図 年齢別に見た、「想い入れのある地域」の有無



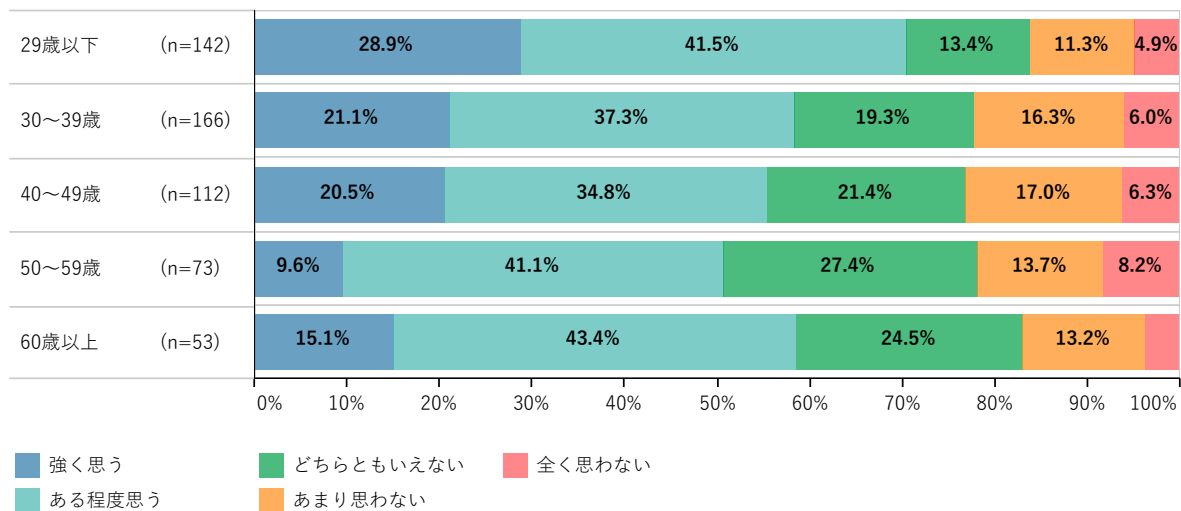
資料：みずほ情報総研(株)「普段の生活と地域とのかかわりに関するアンケート」

6 ここでの「想い入れのある地域」とは、過去に勤務や居住、滞在したことがある又は、親族の出身地であるなど自身のルーツにつながる地域で特に関心の高い地域を指す。

第2-3-30図は、「想い入れのある地域」があり、かつ起業に関心があると回答した者に対して、「想い入れのある地域」での起業意向を年齢別に確認したものである。これを見ると、「想い入れ

のある地域」で起業したいと「強く思う」又は「ある程度思う」と回答した者の割合は、「29歳以下」で最も高く、次いで「60歳以上」、「30～39歳」の順に高くなっている。

第2-3-30図 年齢別に見た、「想い入れのある地域」での起業意向



資料：みずほ情報総研(株)「普段の生活と地域とのかかわりに関するアンケート」

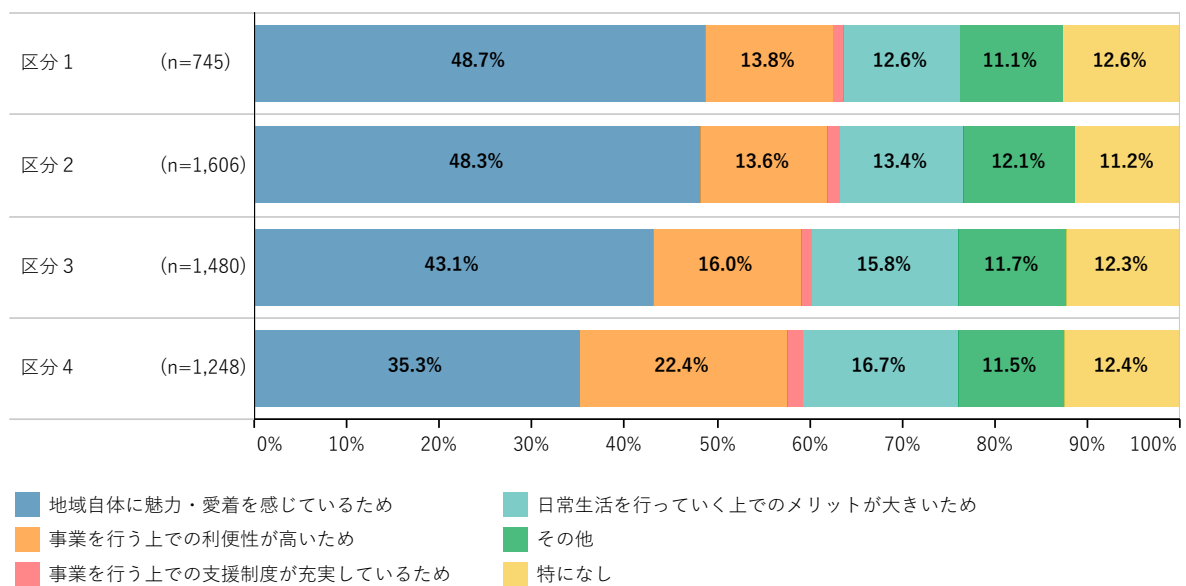
(注)1.「想い入れのある地域」があると回答し、かつ起業に「強く関心がある」又は「ある程度関心がある」と回答した者について集計している。

2.起業に関心がある者のうち、既に自身で事業を行っている場合は既存事業と全く異なる事業を新たに行うことを指す。

次に、「事業者アンケート調査」を用いて、事業を行うに当たって現在の地域を選択した理由について確認する。第2-3-31図では、人口密度区分別に、既に事業を行っている小規模企業経営者に対して、事業を行うに当たって、現在の地域を選択した理由を確認した。これを見ると、「地域

自体に魅力・愛着を感じているため」と回答する者の割合が最も高く、人口密度の低い地域ほどその割合が高いことが分かる。一方、人口密度が高い地域ほど「事業を行う上での利便性が高いため」と回答する者の割合が高くなっていることも分かる。

第2-3-31図 人口密度区分別に見た、小規模企業経営者が事業を行うに当たって現在の地域を選択した理由



資料：みずほ情報総研(株)「地域における小規模事業者の事業活動等に関する調査」

(注)1.ここでいう「小規模企業経営者」とは当該調査の回答者を指す。

2.人口密度区分とは、人口密度の四分位で各市区町村を4つの区分（人口密度が小さいものから、区分1～区分4）に分けたもの。

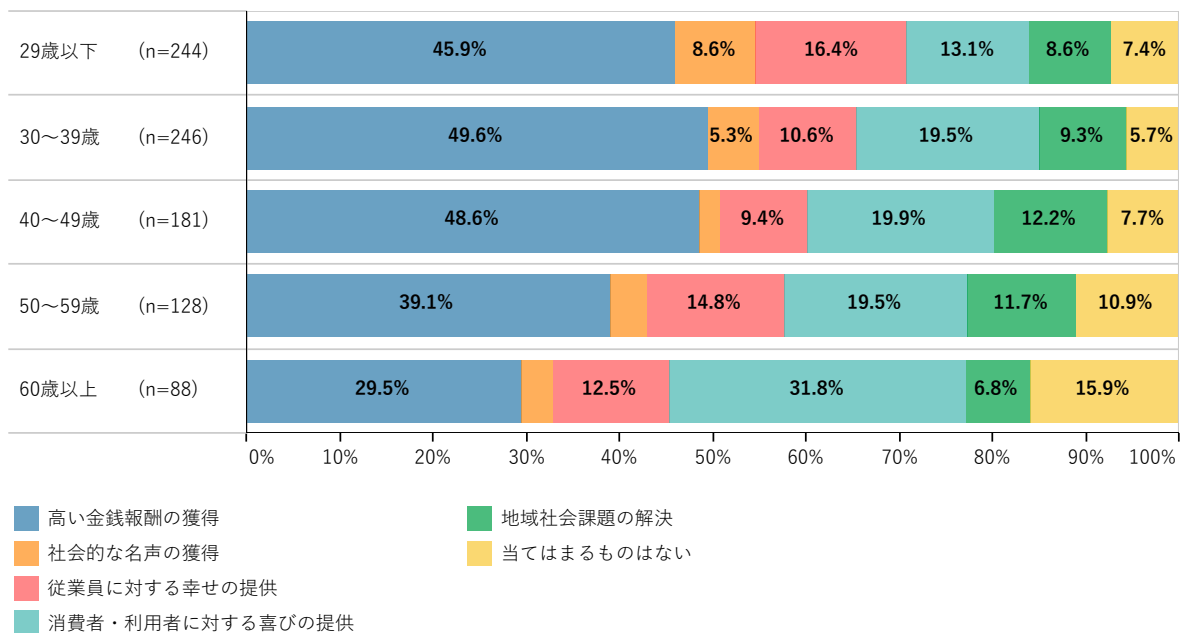
②起業により実現したいこと

最後に、「住民アンケート調査」において、起業に関心のある者が事業を通じて実現したいことについて確認する。

第2-3-32図は、起業に関心があると回答した者に対して、起業した場合に事業を通じて実現し

たいことを年齢別に確認したものである。「60歳以上」を除く全ての年齢層において、「高い金銭報酬の獲得」と回答する者の割合が最も高いが、「60歳以上」においては「消費者・利用者に対する喜びの提供」と回答する者の割合が最も高いことが分かる。

第2-3-32図 年齢別に見た、起業した場合に事業を通じて実現したいこと



資料：みずほ情報総研(株)「普段の生活と地域とのかかわりに関するアンケート」

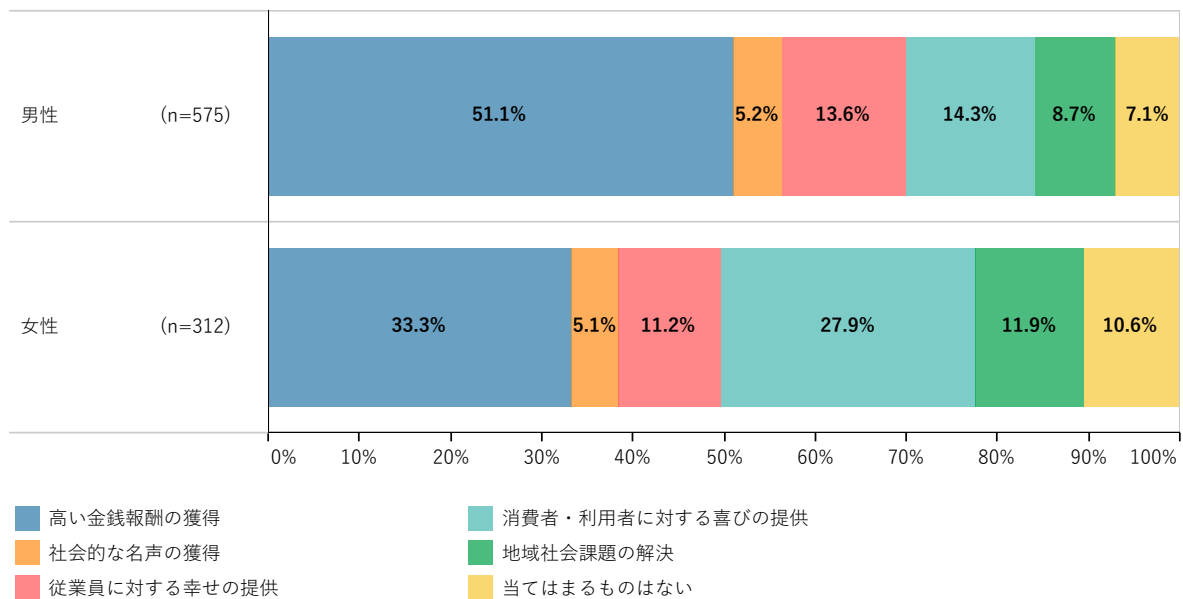
(注)1.起業に「強く関心がある」又は「ある程度関心がある」と回答した者について集計している。

2.起業に関心がある者のうち、既に自身で事業を行っている場合は既存事業と全く異なる事業を新たに行うことを指す。

第2-3-33図では、起業に関心があると回答した者に対して、起業した場合に事業を通じて実現したいことを男女別に確認した。男女共に、「高い金銭報酬の獲得」と回答する者の割合が最も高いが、女性は男性と比べて、「高い金銭報酬の獲

得」と回答する者の割合が相対的に低く、一方で「消費者・利用者に対する喜びの提供」や「地域社会課題の解決」と回答する者の割合が相対的に高いことが分かる。

第2-3-33図 男女別に見た、起業した場合に実現したいこと



資料：みずほ情報総研(株)「普段の生活と地域とのかかわりに関するアンケート」

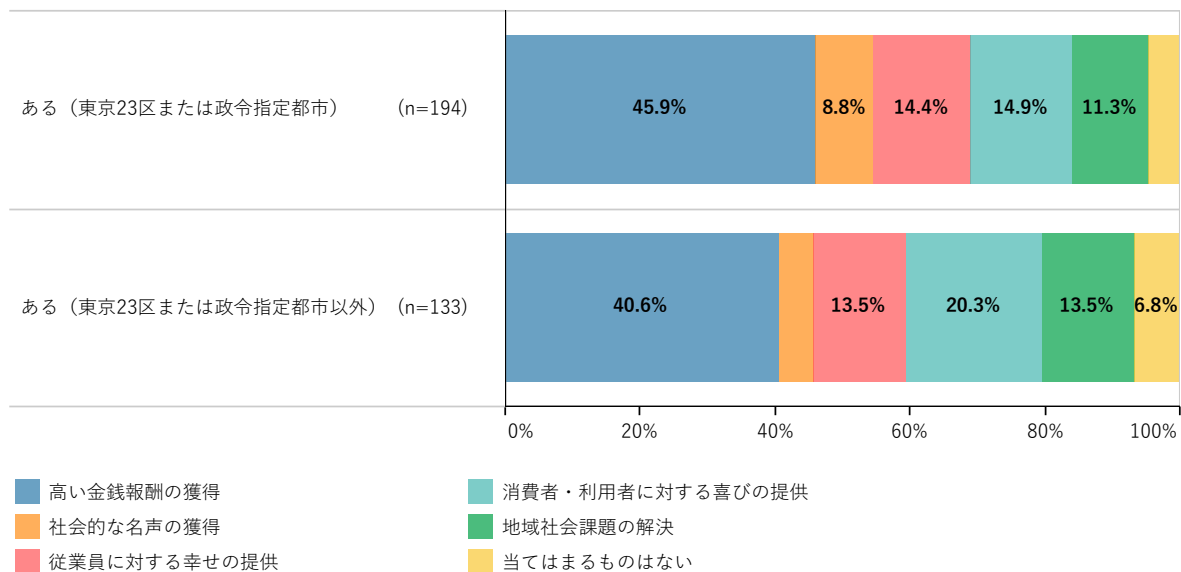
(注)1.起業に「強く関心がある」又は「ある程度関心がある」と回答した者について集計している。

2.起業に関心がある者のうち、既に自身で事業を行っている場合は既存事業と全く異なる事業を新たに行うことを指す。

第2-3-34図は、起業に関心があると回答し、「想い入れのある地域」で起業したいと回答した者に対して、「想い入れのある地域」別に起業した場合に実現したいことを確認したものである。これを見ると、「想い入れのある地域」が「東京

23区又は政令指定都市以外」と回答した者の方が、「消費者・利用者に対する喜びの提供」や「地域社会課題の解決」と回答する者の割合が相対的に高いことが分かる。

第2-3-34図 「想い入れのある地域」別に見た、起業した場合に実現したいこと



資料：みずほ情報総研(株)「普段の生活と地域とのかかわりに関するアンケート」

(注)1.起業に「強く関心がある」又は「ある程度関心がある」と回答し、かつ「想い入れのある地域」で起業したいと「強く思う」又は「ある程度思う」と回答した者について集計している。

2.起業に関心がある者のうち、既に自身で事業を行っている場合は既存事業と全く異なる事業を新たに行うことを指す。

事例2-3-6は、起業により自己実現を果たし、地域活性化にも貢献している企業の事例である。事例2-3-7は、想い入れのある地域で創業し、地域の様々なニーズに応える企業の事例である。さらに、事例2-3-8は、消費者に安全・安心な製品を届けるために、新たに事業を起こした事例である。このように、創業などを通じた、個人の能力

の発揮、自立的で個性豊かな地域経済社会の形成といった観点で小規模事業者の果たす役割は大きいと言えよう。

また、事例2-3-9は、地域の支援機関が連携して移住を含めた起業・創業支援に取り組む事例である。地域活性化の担い手を創出する観点から、こうした取組は今後更に重要度が増すと考えられる。

事例

事例2-3-6：株式会社石見麦酒

「経営者自身の夢の実現を通じて、地域活性化にも貢献するビール工房」

島根県江津市^{こうつし}の株式会社石見麦酒（従業員2名、資本金400万円）は、クラフトビールの醸造・販売や移動販売車による飲食店を営む企業である。同社が開発したクラフトビールは、地元の農作物を使用し、地域に根ざしたクラフトビールとして注目されている。

同社を起業しようと思った山口巖雄氏（現工場長）は、もともと酒造りに関心があり、大学時代に農学部で学んだ知識もいかし、いつかは杜氏になりたいという夢を持っていた。そうした中で、素人でも比較的挑戦しやすいビール造りに着目。知人の後押しもあり、2014年に江津市のビジネスコンテストに応募したところ、大賞を受賞し、大学時代の同級生であった妻の山口梓氏が代表となる会社を設立する形で、江津市での起業を決断した。

山口夫婦は、夢であった酒造りに関わることができ、かつ、自分達のアイデアを最大限に発揮することができる現在の働き方にとても満足しているという。特に、低コスト省スペースでの多品種少量生産を可能にする製法を自ら考案し、地元企業との共

同開発により実現したことは、大きな自信となっている。「石見式醸造法」と呼ばれるこの製法は、年間で50種類ものビール製造を可能とし、同社の製品開発を支える独自の強みとなっている。

また、山口夫婦は、上述のビジネスコンテストにおいて、①地域の農作物を使う、②開発したクラフトビールを他の特産物と一緒に売り込んでいく、③地元でブルワリーを設立する人に対するサポートを行う、といった地域貢献の方針を打ち出していた。実際に、地元企業への発注や地元の飲食店とのコラボレーションなどを通じ、地域経済の活性化にも一役買っている。自らの夢の実現だけでなく、こうした地域貢献に対する意識の高さも、同社の成功につながっていると言える。

「お酒は嗜好品なので、顧客に飽きられないように、常に新しいことを考え続けなければならない。これからも、ワクワクする酒造りを続けるため、常に自身のアイデアを試していくことを大切にしたい。」と山口梓社長は語る。



山口梓社長と山口巖雄工場長



同社製品

事例 事例2-3-7：U-Bito JAPAN株式会社

「地域で自身の役割を見だし、地域のニーズに『何でも応える』企業」

熊本県菊池市のU-Bito JAPAN株式会社（従業員2名、資本金100万円）は、地域の住民や企業が抱える様々なニーズに対して、「何でも屋」として地域社会の課題解決に取り組むコンサルティング企業である。

同社の代表取締役社長である村上貴志氏は、生まれも育ちも大阪であるが、両親の実家が菊池市にあり、幼少期に何度も訪れたことがあったことから、菊池市は同氏にとって思い入れのある地域となっていた。両親が退職を機に菊池市へ移住することとなり、同氏も久しぶりに菊池市に訪れたところ、かつての活気が失われつつある現状を目の当たりにした。当時IT企業に勤めながらも、いずれは起業し社会の役に立つことをしたいと思っていた同氏は、これを機に菊池市へ移住し、起業することを決めた。

菊池市の活性化に貢献したいとの思いは強かったものの、具体的に何をするかは決まっていなかった同氏は、まずは当時募集のあった菊池市の「地域おこし協力隊」として経験を積むことにした。同活動での担当は移住定住コンシェルジュであった。主に実施したことは、空き家調査・空き家紹介、菊池市の魅力発信、地域交流の促進である。これらの活動に当たって様々なイベントへ参加し、地域におけるニーズを把握することに努めた。同活動を通して見えてきたことは、地域の住民や企業は様々な「小さなニーズ」を抱えているが、これらに柔軟に対応で

きる担い手が圧倒的に不足しているということであった。同氏は、こうしたニーズを形にし、分野を問わず幅広く対応していくことが、ひいては地域の活性化につながるのではないかと考え、2018年に同社を設立した。

同社設立後は、実際に様々な活動に従事した。地域のイベント企画として移住者懇親会を企画したり、菊池市「域学連携⁷」地域づくり実行委員会事務局を務めたり、経済産業省の事業の一環としてカメルーン人のインターン生を受け入れたり、JICA（国際協力機構）事業での多文化共生を考えるためミャンマーへ視察に行ったり、と地域の将来を見据えた活動に多面的に取り組んだ。

また、地域おこし協力隊をやっていた人が起業したという口コミで、民間企業からも少しずつ仕事の依頼が来るようになっていく。これまでは行政からの委託が中心であったが、収益の安定化に向け、民間企業向けのコンサルティングにも力を入れていきたいと考えており、クラウドファンディングに係るセミナーの講師や自身の経験を踏まえた地域での創業・起業の講演などといった依頼も受けているという。

地域における様々なニーズに柔軟に対応することで、要望に対して幅広く対応する担い手としての自身の価値を改めて認識することができた。今後も地域における自身の役割を常に考え、活動を広げていきたい。」と村上社長は語る。



村上社長（左）（写真はミャンマー視察時のもの）



村上社長が講師を務めるセミナーの様子

7 大学生と大学教員が地域の現場に入り、地域の住民などとともに地域の課題又は地域づくりに継続的に取り組むことをいう。

事例 事例2-3-8：mizuiro株式会社

「廃棄される農作物を活用し、利用者目線の安心安全な製品を世界に販売する企業」

青森県青森市のmizuiro株式会社（従業員3名、資本金2,600万円）は、「人と自然、動物に優しい製品づくりと、親子の時間を彩るライフスタイルの提案」を理念とし、「おやさいクレヨン」などの製造販売を行う企業である。同社が開発した「おやさいクレヨン」は、野菜や果物を原料とすることで自然の色合いを表現する一方で、一般的なクレヨンで利用される石油などの化学原料をほとんど利用しておらず、子供にも安心安全な製品となっている。また、原材料となる野菜などは、地元青森で生産されたものを用いており、市場に流通しない規格外品や、加工の際に出る端材を可能な限り利用している。

代表取締役の木村尚子氏は、出身地である青森でデザイン会社に勤務していたが、子育てとの両立を実現するため、フリーランスのデザイナーとして独立した。この事業が軌道に乗り始めた頃、木村氏は、オリジナルの製品をコンセプトからデザインし、世に出してみたいと考えるようになった。特に、自身の趣味であり娘も好きな「絵を描く」ことに着目し、画材を作りたいと考えていた。そうした中、県内で開催されていた藍染め展で、天然色素による作品に魅了された木村氏は、地元産の多様な色彩の野菜から画材が作れないかと思い立ち、ドイツ製の「蜜蝋クレヨン」をヒントに、クレヨン開発の検討を始めた。検討を進める中で、地元産の野菜の中には、規格外商品として流通から外されるものや廃棄されるものが予想以上に多く存在することを知り、こうした廃棄野菜の有効活用にもつながりたいと考えた。

こうして、目指す製品のコンセプトはまとまったが、木村氏は製造から販売までのノウハウを持ち合わせていなかった。そこで、青森県産業技術センターから技術的なアドバイスを受けるとともに、生産のために愛知県にあるクレヨンメーカーの協力を得た。また、原料となる廃棄野菜の確保も課題であったが、地元食品加工会社と連携し、原材料生産からパウダー加工までを一貫して協力してもらえる農家を確保。県の補助金も活用し、2013年に試作品の生産までこぎ着けることができた。こうして作られた試作品は「おやさいクレヨン」と命名され、生活雑貨の見本商談市に出展された。「おやさいクレヨン」は、そのコンセプトやこだわりのユニークさが高く評価され、テレビでも取り上げられるなど、予想を大きく上回る反響があった。試作品として生産した2千セットは、出展後僅か2週間で完売。事業化への手応えを感じた木村氏は、2014年に同社を立ち上げ、本格的な事業化を実現した。

「おやさいクレヨン」は10本セットで2,000円と一般的なクレヨンと比べ高めの設定だが、同製品は「ふるさと名品オブ・ザ・イヤー地方創生賞（2016年）」など数々の表彰を受け、2013年の販売開始から2019年7月までに12万セット以上の売上げを達成している。

木村社長は「SDGsを始めとして、社会的な価値観の見直しが進んでいる。当社もこのような価値観の変化に共感し、製品を通じて持続可能な社会の実現に貢献していきたい。」と語る。



木村尚子社長



「おやさいクレヨン」を使う子供

事例 事例2-3-9：ななお創業応援カルテット

「四重奏のように協調しあう地域の支援機関が、創業・移住に関する伴走型支援を展開」

石川県七尾市では、創業・起業促進の取組として、七尾商工会議所、のと共栄信用金庫、日本政策金融公庫及び七尾市が提携して「ななお創業応援カルテット」（以下、「カルテット」という。）を立ち上げ、创业者の支援を行っている。（2016年に能登鹿北商工会も加入している。）

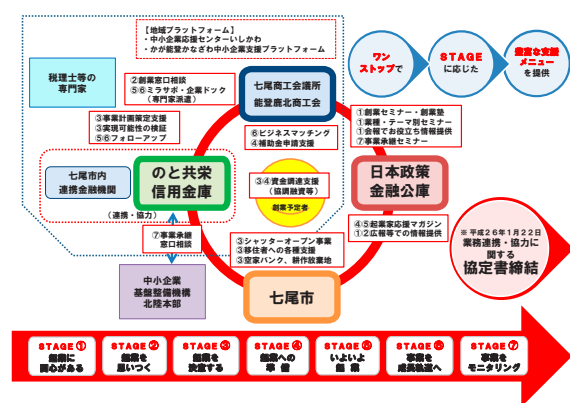
七尾市では、人口減少に伴い事業者数が減少の一途をたどっていた。行政や商工団体、地元金融機関はそれぞれに創業支援メニューを有していたが、创业者の各ステージのニーズに十分に應える一貫した支援はできておらず、実際の创业者数も伸び悩んでいた。こうした中、危機感を持った各機関が創業に関する業務連携協定を結び、それぞれの機関が提供する创业者向けのサービスを一体的に実施することで、創業前から創業、そして創業後の各段階全てに切れ目のない支援を可能とする「カルテット」の取組を2014年1月に開始した。

「カルテット」の特徴は、创业者それぞれの創業ステージに応じた支援を行うこと、そして、きめ細やかな支援を伴走型で行うことである。毎月、カルテット4団体の担当者による連絡会議を開催し、担当者間で積極的に相談案件の内容、進捗管理、案件

ごとの課題等の情報を共有。相談者の状況を定期的に共有し、具体的な課題に応じて適切な機関が支援に加わることで、各ニーズを取りこぼすことなく、継続的かつ迅速な支援実施を可能としている。

加えて、七尾市は移住支援にも積極的であり、各地でイベントを開催している。そのイベントに「カルテット」の関係者も参加し、創業の支援施策をPRしている。移住创业者にとっては、どのような創業支援や移住支援が用意されているかは重要な関心事項であり、「カルテット」は七尾市への移住创业者への足掛かりとなっている。こうした活動が実を結び、「カルテット」の開始以降、6年間の実績は、相談件数が195件、開業件数が84件となっている。また、このうち県外在住者からの相談件数は40件、開業件数が15件となっており、七尾市における「カルテット」が担う役割は大きいと言える。

さらに、创业者と創業希望者が情報交換できるコミュニティ作りや、地元の高校生にも起業への関心を高めてもらう取組などの様々な取組を通じて、七尾市は「創業の街」としてさらなる创业者を生み出していくことを目指している。



ななお創業応援カルテットスキーム図



連絡会議の様子

第4節 まとめ

本章では、小規模事業者の地域の雇用における役割について分析を行ってきた。

第1節では、地域の人手不足の状況と小規模事業者の人材確保の取組について確認した。全国的に人手不足感は高まっており、小規模事業者においてもその傾向は高まっている。いずれの地域においても、半数ほどの小規模事業者は新たな人材の確保を希望しているが、小規模事業者は労働環境において賃金や待遇面、人材育成の面で課題を感じていることが分かった。事例に見たように独創的な労働環境改善の取組は人材確保、魅力ある雇用の創出につながると言えよう。

第2節では、女性・高齢者について、地域の就業状況を確認し、小規模事業者における雇用実態を確認した。小規模事業者では女性、高齢者の従業員割合が高く、女性や高齢者が継続して長く働ける環境を提供していることが分かった。また、分析と事例で見たように、小規模事業者が女性や高齢者などにとって、多様な個性と価値観を受容する柔軟な働き方を提供する役割は今後ますます期待されよう。

第3節では、小規模企業経営者の働き方、起業

に関心のある者に着目して分析を行った。経営者は企業勤務者と比べて「仕事の内容」や「仕事の裁量」、「地域とのつながり」への満足度が高く、また創業者は創業者以外の者に比べて満足度が高い項目が多いことが分かった。こうした仕事への満足度の高さは、経営者としての働き方の魅力の一つといえよう。また、いずれの地域・年齢層においても、起業に関心のある者は一定程度存在し、「想い入れのある地域」での起業を希望する者も多く存在することが分かった。更なる地域活性化の担い手を生み出すためにも、こうした起業予備軍の起業や移住を支援していくことは、今後重要であるといえよう。

以上、小規模事業者の雇用への貢献や、経営者自身の働き方、起業に関心のある者などについて分析してきた。一方、利益や売上げが増加傾向である小規模事業者が労働環境の改善に取り組んでいるように、事業活動を持続的に進めていくためには、利益や売上げを一定程度確保していく取組も同時に重要である。次章においては、小規模事業者の付加価値の創出や地域活性化への取組について分析を行っていくこととする。