

〈起業最前線 #1〉<sup>1</sup>

まち<sup>2</sup>ぐるみで起業をサポートする取手市

～起業でまちを元気にし、3年後に自立化を目指す「Matchとりで」の取り組み～

目次

1. はじめに
2. 取手市の概要
3. 取手市における「創業支援」の位置づけ
4. Matchとりでの概要
5. 具体的な活動内容
6. 活動の自立化を目指して
7. Matchとりでの取り組みの特徴
8. おわりに

大阪ガス(株) エネルギー・文化研究所

奥田 浩二

公開:2016年12月26日

〈概要〉

取手市を起業で元気にする取り組みが注目を集めている。(一般社団法人)とりで起業家支援ネットワークが展開する活動である。

活動の柱は下記の5つである。一見どこでもやっついそうな活動にも見える。しかし一つ一つによく考えられた工夫が凝らされている。一番の特徴は、3年後の自立化を目指しつつ、これらの活動を展開していることだ。

- |                       |                         |
|-----------------------|-------------------------|
| ①レンタルオフィス(Match-hako) | ②社長塾                    |
| ③起業家カード(Match-card)   | ④起業応援団(Match-supporter) |
| ⑤フリーペーパー(Match-46)    |                         |

活動の中心にいるのは、社団法人の理事であると共に、起業支援で豊富な実績をもつ(株)あきない総合研究所の吉田雅紀氏である。今回、取手市を訪問し、現地の活動の様子を観察するとともに吉田氏に直接インタビューを行った。

本稿では、取手市での取り組みを報告するとともに、地域活性化において学ぶべきポイントについて述べる。



1 【本稿について】本稿は、2016年11月時点の情報をもとに作成しています。最新の状況については、各人で確認することをお勧めします。本レポートの情報源については巻末をご参照ください。

Copyright © 2016 Koji OKUDA, Research Institute for Culture, Energy and Life. Osaka Gas Co., Ltd. All rights reserved.

2 「まち」には「町」、「街」、「まち」等様々な標記がある。本稿では、取手市総合計画で使われている「まち」で統一する。

## 1. はじめに

国民経済が発展していくためには、経済発展のためのエンジンが駆動しなければならない。そのエンジンとして重要な役割を果たすのは起業活動である<sup>3</sup>。

起業活動の活性化は各自治体にとって重要な課題である。本稿では、他に例を見ない活動を展開している事例として、まちぐるみで起業をサポートする茨城県取手市の活動を紹介する。取手市では、起業家を発掘して成長させるだけでなく、起業を応援する企業を同時に発掘し、さらに3年後を目途に運営を自立化させるという目標を掲げて活動を行っている。本稿では、どのような仕組みによって起業を活性化しようとしているかを分析し、今後の地域活性化に向けて取り入れるべき示唆を提示する。

## 2. 取手市の概要

### (1) 取手市の沿革と地理<sup>4</sup>

取手市は茨城県の南端に位置し、東西 14.3km、南北 9.3km に亘り 69.94km<sup>2</sup> の面積を占めている。平安時代末の 11 世紀には取手市周辺が史料に記されるなど歴史も長い。天保・貞享年間(1681 年～1688 年)には、水戸街道の宿場町として発展した。明治 22 年に取手町が生まれ、合併を経て昭和 45 年に取手市が誕生した。近年では、平成 17 年に取手市と藤代町が合併し、今日の取手市となった。市域を南北に貫いて JR 常磐線、国道 6 号が走っており、取手駅を中心として市街化が進んでいる。また、東京都心から 40km 足らずの距離に位置し(東京駅から常磐線で約 50 分)、都心へのアクセスも便利な立地である。西に柏市、北につくばみらい市がある。

### (2) 今日の取手市の様子

本稿で報告する起業拠点がある取手駅周辺の様子を図表 1 に示す。

駅の南側は、旧来の市街地というイメージだ。駅前には、飲食店を中心とした中・低層のビル群が林立している(写真①)。また大通りを一つ奥に入ると飲食店用にリノベーションを行ったような一角も存在している(写真②)。

取手駅の南から見ると、駅越しに赤い看板を付けた大型のビルが見える(写真③)。これは地元の貸しビル「リボンとりで」である。1 階にスーパーマーケット、4 階に大型書店、5 階に今回報告する活動拠点である「Match とりで」などが入っている。駅の南側は、一階部分がロータリーとなっており、タクシー乗り場などがある。道路に横断歩道はあるものの、メインの導線は 2 階の回廊部分である(写真④)。回廊でつながっているのはリボンとりでビル(写真⑤)や、別のスーパーマーケットそして病院(複数の医院が入っている建物)などのビル群である。駅から北はのぼり勾配になっており、2 階の回廊を北に向かって歩くとそのまま国道に出る。

幹線道路である国道 6 号線は、道幅は広く大型トラックも多く往来している(写真⑥)。幹線から一筋入る

<sup>3</sup> 『中小企業・ベンチャー企業論(新版)』(植田浩史他著、2014 年、有斐閣コンパクト、255 頁)。

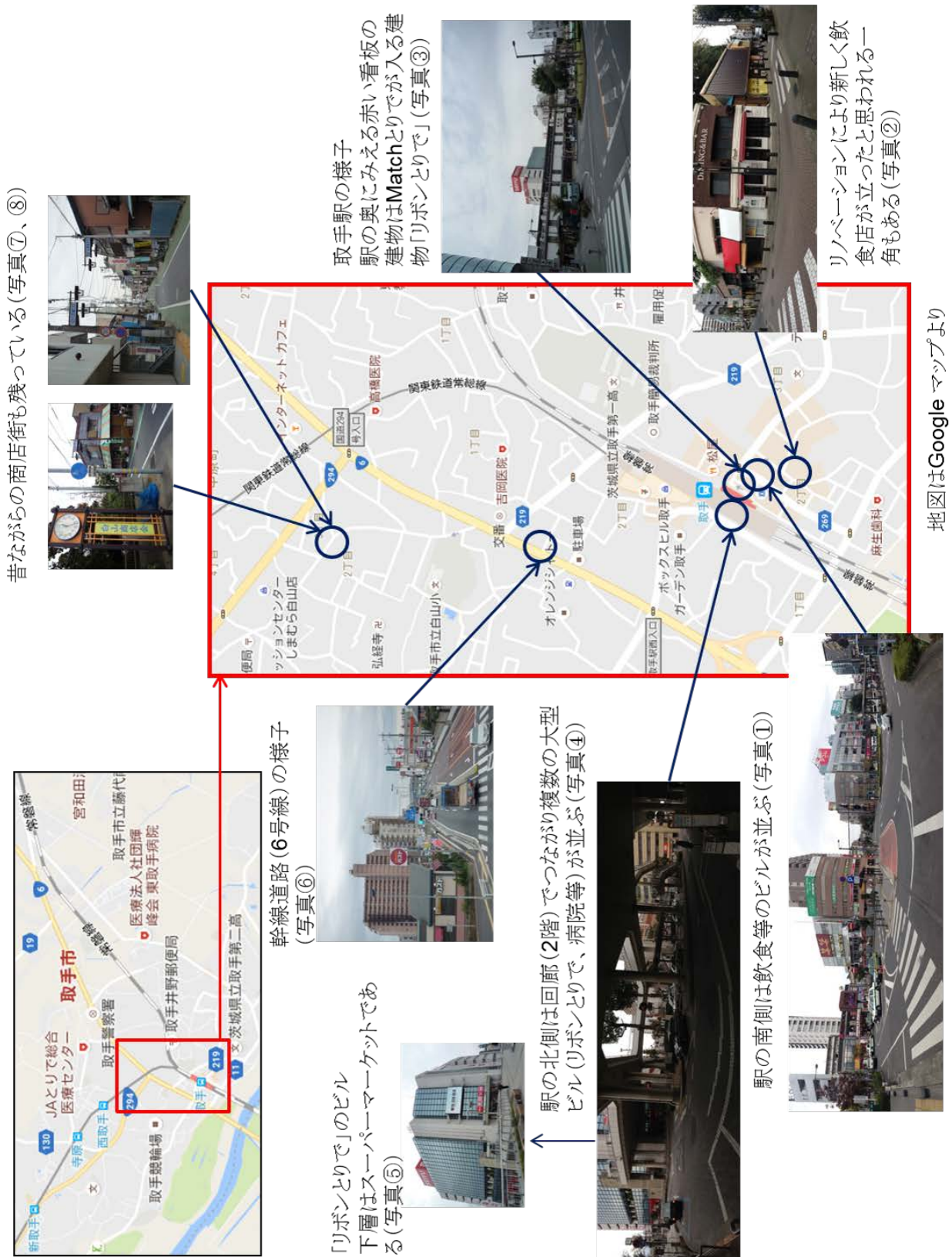
<sup>4</sup> 本項は、下記の情報源から引用。

<https://www.city.toride.ibaraki.jp/kankyo/shise/machizukuri/kakubusho/machizukuri/documents/20150324-102602.pdf>

<https://www.city.toride.ibaraki.jp/seisaku/shise/tokejoho/toketoride/documents/zennpenntoukeitorideh27.pdf>

と、民家が並ぶというような風景である。一部には、昔ながらの商店街も残っている(写真⑦、⑧)。

図表 1 JR 取手駅周辺の様子



### (3) 取手市の状況

取手市の人口や開廃業率の様子について、全国と取手市を比較したものを図表 2 に示す。これを見ると開廃業率ならびに目標開業率は全国とほぼ同じ水準であり、人口<sup>5</sup>や潜在的起業希望者数などは全国の約 1% 程度である。取手市は日本の縮図といえるかもしれない。

図表 2 取手市の人口、開廃業率等の様子(2014 年時点のデータ)

	全国	取手市
人口(人)	126,659,683	109,411
存続企業数	5,768,489	3,370
新設企業数	171,314	98
開業率(%)	2.97%	2.91%
廃業企業数	432,946	262
廃業率(%)	7.5%	7.8%
減少企業数	261,631	164
潜在的起業希望者(人)	1,270,000	1,074
目標開業率(%)	10%	10%
目標開業数(%)	576,849	337

出典:「関西☆しごと創生交流フォーラム」(近畿経済産業局主催、2016 年 6 月 2 日開催)における「起業家タウン☆取手」資料より

### 3. 取手市における「創業支援」の位置づけ

取手市では、平成 28 年 3 月に、将来の目指すべき都市像を定めた基本構想と、それを実現するための基本計画を定めた「第六次取手市総合計画」<sup>6</sup>を策定した。そのなかで、まちづくりの基本方針の一つとして「活力と魅力あふれる元気なまちづくり」を掲げ、その基本的方向性として「起業支援及び中小企業の事業支援拡大」を定めた。

さらに、平成 28 年 5 月には、国の産業競争力強化法<sup>7</sup>に基づく「創業支援事業計画」<sup>8</sup>の申請を行い、認定(第 8 回認定)を受けた。本稿で紹介するのは、この「創業支援事業計画」で認定を受けた事業である。

<sup>5</sup> 取手市の人口は、関西では、大阪市都島区や阿倍野区、京都市中京区や南区、三田市、羽曳野市、長岡京市に近い。

<sup>6</sup> 第六次取手市総合計画については、下記を参照。

<https://www.city.toride.ibaraki.jp/tokuteiseisaku/shise/machizukuri/sogo/miraisozo2016.html>

<sup>7</sup> 産業競争力強化法は平成 26 年 1 月 20 日施行。「創業期」「成長期」「成熟期」「停滞期」といった事業の発展段階に合わせた支援策により産業競争力を強化することを目的とする。

[http://www.meti.go.jp/policy/jigyousai/kyousouryoku\\_kyouka/](http://www.meti.go.jp/policy/jigyousai/kyousouryoku_kyouka/)

<sup>8</sup> 取手市の創業支援事業計画については、下記参照。

<https://www.city.toride.ibaraki.jp/sanshin/jigyosha/shokogyo/sougyousienn/sougyousiennjigyokeikaku.html>

## 4. Match とりでの概要<sup>9</sup>

### (1)体制

体制の中心は「一般社団法人 とりで起業家支援ネットワーク(以下、Match とりで)」(平成 27 年 12 月設立)である。当社団法人の詳細情報は公開されていないが、理事長は取手市長の藤井信吾が務め、株式会社あきない総合研究所(以下、あきない総研)社長の吉田雅紀(以下、吉田氏)が理事に就任している。あきない総研とは、起業・ベンチャー支援を目的として吉田氏が立ち上げた民間企業である。吉田氏は、本取り組みの企画・運営で中核的役割を担っている。

この Match とりでを核として、取手市、取手市商工会、地域金融機関、地域内の企業などが連携し、創業を支援する。

### (2)目指す姿:市民運動で小さな起業を興す

取手市が目指しているのは

- ・起業でまちを元気にすること
- ・市民運動で起業環境と起業文化を変え、誰もが起業家になることを応援する社会

の実現である。このことを「起業タウン構想」と呼んでいる。ここで、あえて「市民運動で」と言っているのは、政策だけでは起業活動を活発にすることは難しく、市民がこぞって起業家を応援する社会が必要であるという想いを反映するためである。

ターゲットとするのは、若者や女性、シニアによる「小さな起業」である。吉田氏によれば、起業は次の 2 つに大別される。

- ・成長意欲の高いベンチャーの起業
- ・小さな起業

前者の促進については、近年では経済産業省や文部科学省・大学、さらには民間企業においてかなり活発な活動が展開されている。資金調達のベンチャーファンドの組成をはじめとして、基本的な仕組みは充実してきた。それに対し、後者については、例えば、人口 10 万人程度の地域で小さな起業を促進するための仕組みの構築はこれからだといえよう。これらの地域が存続し続けるためには、職業選択の一つに起業をおくような状況を作り、地域を活性化し続けることが必要である。ただし、小さな市町村では補助金などには限界があるので、なんとか自立的な起業支援の仕組みが必要となる。取手市では、そのために必要となる「場作り」と「情報発信」を行っていくことで、「起業タウン」を実現していくことを目指している。そして、運営開始後 3 年間で活動自身を「自立化」させることを目標にしている。ここで、「自立化」とは、地元行政等からの資金供給なしに、独自の収入源によって活動を持続的に展開していける状態を意味する。活動当初から「自立化」を目標にしていることが本活動の大きな特徴である。

<sup>9</sup> 4 章から 6 章の情報は、巻末の〈Match とりでについての主な参照情報〉による。

## 5. 具体的な活動内容

ここでは、具体的な活動内容をみていこう。紹介するのは下記の項目である。

- ① レンタルオフィス (Match-hako)
- ② 社長塾
- ③ 起業家カード (Match-card)
- ④ 起業応援団 (Match-supporter)
- ⑤ フリーペーパー (Match-46)

### (1) レンタルオフィス (Match-hako 「マッチ・バコ」<sup>10</sup>)

リボンとりでビルの4階にインキュベーションオフィス「Match-hako (マッチ・バコ)」を2016年2月に開設した。「Matchとりで」の中核拠点である。広さは114坪で、最大200人に対応できる。

この114坪、200人という設定に対して「広すぎるのでは？」という意見や質問も出たそうである。この質問に対する吉田氏の回答は、「今後、本活動を自立化させていくことを考えると、この程度の広さは必要」とのことである。過去20年に亘る起業支援と、関東に4拠点、関西に2拠点のインキュベーション施設を提供しているあきない総研の経験と、取手市の状況から弾き出した広さだということだ。2016年11月時点の利用者は41人である。目標の200人とはまだ差があるが、開設後9か月の数字としては極めて順調な滑り出しといえよう。

Match-hakoは、会員の実務スペースと共用スペースの2つからなる。

会員の実務スペースは、2～5人用の部屋と1人用ブース、さらにフリースペースの3種からなる。2～5人用の部屋はドアで仕切られた個室である。1人用ブースはオープンスペースではあるが、ブースを1ヶ所に集約(全20ブース)しているため、ある程度の閉鎖性を有している(集中できる環境になっている)。フリースペースはオープンなスペースである。図表3に部屋タイプ別の料金を示す。

これらの部屋の利用は取手市民以外でも利用できる。ただし、市による賃料補助等は取手市民で一定の条件を満たした者に限定している。これは、大阪の産業創造館などと同じ仕組みである。

共用スペースは、受付、大小の会議室(12名用、6名用)、セミナー等を開催するスペース(後述する社長塾などを開催する場所となる)、給茶コーナーなどからなる。

図表4にMatch-hakoの様子を示す。

なお、現在の利用者の多くは、サービス業(B2B、B2C<sup>11</sup>)が中心である。また年齢は30代から60代に亘っている。また運営は常駐1人と週2回勤務する人が1人である。運営については、開設後約半年間に亘って、あきない総研がサポートを行った。

現在は、利用者100人を目指して活動を展開している。

<sup>10</sup> Matchとりででは、この「マッチ・バコ」のように、各活動に愛称を付けている。以下、愛称のついているものは、項目名に続き括弧(「 」)内に愛称を示す。

<sup>11</sup> B2BとはBusiness to Business、B2CとはBusiness to Consumerの略であり、各々企業と企業との取引、企業と消費者との取引を行う意味である。



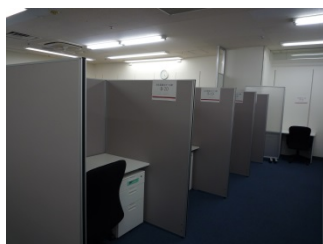
図表 3 部屋タイプと料金の概要

タイプ	数量	料金
2~5 人用部屋(個室)	14 室	月額 4.3 万円~10 万円
1 人用ブース	20 ブース	月額 2 万円、2.4 万円
フリースペース(クラウドオフィス)	約 150 人	月額 1,000 円で 3 時間 以降 500 円/時間

図表 4 Match-hako の様子



左が受付 (Match とりで HP より)



ブース



フリースペースの様子



## (2) 社長塾

社長塾とは、毎月第 2 木曜日に開催しているセミナーである。取手市で活躍中の社長をゲストに迎え、起業までのストーリーや、経営者としての考え方、経営内容などをインタビュー形式で掘り起こしていく。インタビュアーは吉田氏だ。場所は Match-hako の一角に設けられたスペースである。

筆者が参加した社長塾では、地元で写真館を運営している社長がスピーカーであった。一般的にこのようなセミナーでは、社長が一方向的に話すことが多い。しかし、本社長塾では、吉田氏が、参加者(聴衆)が関心を持ちそうな内容を、話の流れを損なうことなく引き出していくことで、スピーカーである社長の緊張を解くとともに、聴衆の関心事にも対応する内容となっていた。

また社長塾終了後は、スピーカーの社長を囲んでの交流会が開催される。これはスピーカーと参加者が直接交流できる場となっている。会によって参加者の人数は変動があるとのことで、筆者が参加した会では、スピーカーである社長と吉田氏を含め全 5 人(運営スタッフと筆者を除く)であった。なお、この 5 人は全て「社長」である。話のなかで、「事業の引きどきはいつか」など小さな起業にとって重要な情報が交

換されていた。社長塾の様子を図表 5 に示す。数十人が参加するような大規模なものではないが、小規模であるがゆえの良さを実現している塾である。

図表 5 社長塾の様子



### (3) 起業家カード (Match-card 「マチ・カド」)

Match とりでは、起業家が一目でわかるような仕組みを導入している。それがクレジットカード型<sup>12</sup>の起業家カードだ(図表 6 参照)。これは、自分が起業家であることを示すものであり、日本で初めて起業家を登録するカードであるとのことだ。対象となるのは起業後 3 年以内の起業家である。

起業家カードはインターネットで申告できるようになっており、登記日、開業日、営業開始日などを記載するようになっている。起業家カードを持っていると、

- ・創業補助金の受領
- ・レンタルオフィスの個室・ブースの入会金免除
- ・起業家応援メニュー(次項参照)

などを受けることができる<sup>13</sup>。

図表 6 起業家カード



<sup>12</sup> カードに決済機能などは付いていない。

<sup>13</sup> 起業家応援メニュー以外は、取手市民であるなどいくつかの条件を満たす必要がある。



#### (4) 起業応援団 (Match-supporter)

地元で小さな起業を促進する場合、地元の既存企業(地元企業家)の応援は不可欠である。しかし、地元企業家の応援を「見える化」することは容易ではない。その対応として、Match とりでは、次のような工夫を実現している。

- ・応援「のぼり」の掲揚
- ・起業家向け「メニュー」の提供(起業家応援メニュー)

応援「のぼり」とは、「私の店(会社)では、Match とりでの起業支援に賛同しています」ということを「のぼり」を掲げることで明示する仕組みである。(「のぼり」については、図表 7 参照)

現地訪問時(2016年11月)には、市内に86本ののぼりが立っているとのことである。取手市は東西14.3km、南北9.3km、面積69.94km<sup>2</sup>なので約0.8km<sup>2</sup>に1本(900m×900mに1本)という状況である。狭い地域ではないので林立している状態ではないが、駅周辺などではのぼりを何本か見つけることができた。2年間で300本の「のぼり」を立てることが当面の目標になっている。これは現在の4倍にあたり、ここまでくるとまちなかでも目立つものとなりそうだ。

図表 7 まちなかに掲げられる「のぼり」



のぼりを立てることと合わせて、地元の既存企業には起業家向け「メニュー」の提供も依頼している。これは、起業家がお客として来た際に、割引等のサービスを適用するものである。例えば、文具店での割引や飲食店での食前の飲み物無料化などである。このときに、起業家の目印となるのが先の「起業家カード」だ。起業家カードを提示することで、起業家は割引を受けることができる。

ここまでであれば、起業を応援する既存企業にとっては、あまりメリットはないように見える。もちろん、起業を応援していくことは見返りを得ることを目的にするべきではない、という考えもあるだろう。しかし、なんらかの win-win の関係があるほうが望ましい。それを可能とするのが次に紹介するフリーペーパーだ。

### (5)フリーペーパー(Match-46「マッチ・ヨム」)

「Match-46」は、月1回発行している無料の情報誌(図表8参照)である。2016年3月から発行を始めた。発行部数は当初は3,000部であったが、11月には9,000部にまで増加している。配布場所は、発行以来毎月50カ所程度増えており、11月の訪問時点では367カ所(駅や保育園、図書館、商業施設など)であった。

掲載内容は、Matchとりでに関するもの(取り組み情報)と市内企業のインタビュー(Match Interview)に大別される。このインタビュー部分が、先の起業応援団との関係付けになっている。毎回8人(8社)の地元企業家を取り上げ、各1ページで紹介している。前項でも述べたとおり、地域で起業を活性化させるには、地元の企業が起業家を応援することが望ましい。しかし、地元の企業は起業家にそれほど関心があるとは限らない。起業家側も地元の企業と積極的に交わっているかといえばそのようなことはない。そこで、フリーペーパーのなかでインタビューのコーナーを作り、地元の企業を引きこむきっかけにしている。インタビューの掲載などで起業家や起業支援に関心をもってもらい、起業応援団に誘致する。地元の企業にとってみれば、自社のアピール機会となる。また、フリーペーパーに掲載した企業家を社長塾に招くことで起業家と企業家の接点を創出している。

図表8 情報誌(B5変形、16ページ)



### (6)その他の活動

上記以外にも、外部の専門家を「師範」と位置付けて、幅広く起業に関する相談に応じる仕組みの構築などを進めている。

## 6. 活動の自立化を目指して

本事例の特徴は、冒頭でも述べたとおり3年後の「自立化」を目標に据えて活動を展開していることである。将来の収益基盤となる事業としては、下記の3つを想定している。

- ・オフィス事業
- ・広告モデル
- ・受託事業

オフィス事業とは、レンタルオフィスによる収入獲得である。現在の41人をまずは100人にし、最終形の200人(満室・満員)を目指す。起業家が増えることで収入が増えていく。

広告モデルとは現在のフリーペーパーとウェブを改良することによる収入獲得である。フリーペーパーは、タブロイド判の8頁ものに変更予定であり、配布先も3万4,000軒に大きく拡大する計画である。その際、企業からの広告も取り入れることで収益化を目指す。ウェブについても企業の情報発信の場として収益化を目指していく。これらは、収益の確保だけでなく、起業家発掘を行うとともに、起業応援団の獲得を目指したものである。

受託事業については、これから具体化していくとのことである。

これらの状況をまとめると図表9のようになる。図表9において、費用負担者とは、ビジネスモデルの収入源(お金を支払う人)であり、機能とは、Matchとりでの活動における位置づけ(役割)である。

図表9 自立化に向けた構成(収益源)

ビジネスモデル	費用負担者	機能
・オフィス事業	起業家	起業支援
・広告モデル	地元企業家(起業応援団)	起業家・起業応援団発掘
・受託事業	(未定)	(未定)

## 7. Matchとりでの取り組みの特徴

これまでMatchとりでの様々な特徴について述べてきた。ここではそれらの特徴をまとめる。

まず、取手市と強い連携関係(「一般社団法人とりで起業家支援ネットワーク」の理事長は取手市長である。また、取手市商工会や地元の金融機関等とも連携している)を構築し、駅前の好立地の場所にレンタルオフィスを開設した。ここまでは、他でもよく見かける範囲である。

ただし、次の図表10に示す特徴は他で例を見ないものであろう。

図表 10 Match とりでの取り組みの特徴

活動内容	概要
レンタルオフィス	レンタルオフィス運営の経験、地元での起業活動、さらには運営自立化の観点から適正規模を設定(114坪)。
社長塾	地元の社長と起業家との接点確立。社長を起業応援団化。
起業家カード	日本初の起業家登録カード。起業家の見える化を実現。
起業応援団	起業を支援する地元企業家をのぼりで見える化。同時に、地域ぐるみで起業を促進する活動自身も見える化。
フリーペーパー	活動のPRと起業家発掘、起業応援団の発掘と引き込みを並立。
自立化	レンタルオフィスとフリーペーパーなどを収益源として、3年で自立化を目指すことを宣言。

## 8. おわりに

本稿では、取手市で展開されている起業活性化の取り組みについて紹介した。最後に、本事例をもとに、今後、他地域の活性化に取り組む際の示唆を考えてみよう。

なお、これらの取り組みはまだ緒についたばかりであり、各活動は、試行錯誤を繰り返しつつ日々更新されている。実際に成功するかどうかは判明するには、まだ少し時間がかかる。そのような状況において「示唆を考えるのは早すぎる」という声もあるだろう。しかし、取り組みの第一歩から独自の挑戦を続けている本事例には学ぶことも多い。そこから示唆を考える。

地元行政との連携など一般的に認知されている項目以外の重要なものとして、本稿では次の3点を提示する。

- ① 自立化を見据えた活動:活動当初から自立化を見据えて活動を展開する。
- ② 既存企業を取り込む活動:既存企業をパートナーとして取り込んでいく。
- ③ 起業家に見える化する仕組み:起業家自身を特定し、フォローできる仕組みを作る。

「自立化を見据えた活動」は、中小規模の市町村で特に重要となる。それらの地域では、数年間程度であれば、地元行政からの補助金などで活動を行うことはできるであろう。しかし、長期間に亘って、活動を続けることは可能だろうか。それを考慮し、活動当初から自立化を見据えた活動(収益源の特定とその実現への努力)を展開することが重要である。

「既存企業を取り込む活動」は、小さな起業を促進するうえで重要である。地元企業家が起業家の味方になるか否かでは大きく異なる結果を生む。まちぐるみで起業を支援するためには、地元企業家の協力が欠かせない。その意味で、起業応援団を結成し、彼らを「のぼり」で見える化することは地域活動の見え

る化につながるものである。また、一般的にマッチングやセミナーで終わってしまいがちな、起業家と地元企業家との接点を強化するために有効な方策である。

「起業家を見える化する仕組み」は活動の目印として有効である。起業家カードは、起業家を特定する機能を果たし、必要な支援を受ける目印となる。さらに重要なことは、この仕組みによって起業家の「登録」がなされるのでフォローできることである。登録数は、起業支援活動の実績データとして使えるし、その後の存続や成長の有無もフォローしやすくなる。

これらの3点を互いに連携させることにも注意が必要だ。すなわち、②と③で起業家と地元企業家を集め、それらを①に取り込んでいくという考え方である。

過去半世紀程度に亘る我が国の政策変化を見ると、地域の産業支援策は国主導から地域の自立化に変化してきた。また、中小企業の支援策も大企業との格差是正から中小企業の自助努力へと変化してきた。そのような流れのなかで、起業支援を自立的に行っていくという取手市の取り組みは産業政策の自立化、中小企業の自立化に沿った内容にもなっている。

今回の現地訪問においてインタビューに応じてくれた吉田氏によれば、本取り組みは数年前から温めていた企画だとのことだ。2014年の中小企業白書には「誰もが起業家応援社会の構築」という言葉が出てくるが、これは吉田氏の言葉だ<sup>14</sup>。それを実現しつつあるのが Match とりでである。

起業といえば、成長意欲の高いベンチャー企業をすぐ想像してしまうが、日本の各地域の現状を考えれば、どこでもベンチャー企業の育成に取り組めるわけではない。足元で人口減少の課題が進展する今日では、小さな起業を支援することでまちごと元気になる仕組みを実現していくことも重要である。取手市の事例は、そのような仕組みの実現を目指すフロンティアである。

(おわり)

#### 〈Match とりでについての主な参照情報〉

- (1)「関西☆しごと創生交流フォーラム」(近畿経済産業局主催、2016年6月2日開催)における「起業家タウン☆取手」資料  
[http://www.kansai.meti.go.jp/7kikaku/20160602\\_forum/2.pdf](http://www.kansai.meti.go.jp/7kikaku/20160602_forum/2.pdf)
- (2)「小さな起業の支援スキル」、「起業支援政策を考える」(あきない総合研究所セミナー資料、2016年10月21日開催)
- (3)取手市 Match とりで訪問並びに吉田雅紀氏インタビュー、社長塾参加(2016年11月10日)
- (4)取手市ホームページ <https://www.city.toride.ibaraki.jp/jigyosha/shokogyo/yuchi/index.html>
- (5)「ワタシの街の起業支援 Match TORIDE」ホームページ <http://match-toride.com/>
- (6) Match-hako、Match-46 の各冊子情報

<sup>14</sup> 2014年版中小企業白書 2014年版(中小企業庁、2014年、230頁)



起業最前線#1

コンタクト情報

一般社団法人とりで起業家支援ネットワーク

302-0024 茨城県取手市新町 1-9-1

JR 取手駅西口前 リボンとりで 5 階

TEL: 0297-79-6566

<http://match-toride.com/>