

全国のさまざまな地域が、「地方創生」の名のもと諸施策を展開している。多くの地域が政策目標として「人口の増加」を掲げているが、近年では、定住者や観光客の増加のみならず、「起業」「創業」を切り口に、地域と関わる人を増やそうとする動きも多く見られる。これらは「ローカル」、「スタートアップ(ベンチャー)」、「エコシステム」などのキーワードにひも付きながら展開されている。

例えば、当社が拠点を構える三重県では「とこわかMIEスタートアップエコシステム」の名のもとに、三重県の資源を活用した新規事業(スタートアップ、第二創業)が自律的に成長・発展し、再生産される仕組みの構築が目指されている。具体的には、起業家育成プログラムの実施などによる事業アイデアやネットワーク創出が進められている。

また、三重県と愛知県との境に位置する木曾岬町では、町が中心となり、「木曾岬町・ローカル・スタートアップ・エコシステム構築事業」が進められている。起業・創業

を目指しやすい環境整備に向けて必要な要素や機能、地元企業や自治体の関わり方など、起業家を含む関係者が当事者意識を持ちながら、膝を突き合わせた議論が進められている。

これらの事例は前向きな取り組みであるが、全国的には同種の事例は少なくない。では、「起業」「創業」を切り口に、起業家と地域がつながる成否を分ける要素は何だろうか。筆者は、地域に存在する「課題」の扱い方がひとつのポイントであると考えている。

一般的に、新たな事業を検討する際、「課題の質」を検討する作業が重要とされる。「儲かるか」や、「自分たちの技術が使えるか」といった議論の前に、そもそも誰かの「痛み」や「困りごと」を解決しなければ、そこに必要性、すなわち需要は生まれにくい。需要がないところにとだけ優れた技術を投じて、売上が立つことはない。

そのような考え方に立脚すれば、誰かがお金を払ってでも解決して欲しい「課題」の存在こそが、新しい事業を生み出す「素

材」として欠かせないことがわかる。すると多くの「課題」を抱える地域と「起業」「創業」の相性が良いという可能性が示唆される。

その中で、地域が起業家を惹きつけるために実施すべきは、「課題の精査」であろう。ユニークな課題は、ユニークな事業を構想する種となる。また、利害関係の存在などから硬直化した課題についても、重要度が高ければ、自治体を巻き込み、規制緩和や特区対応など、思い切った施策と絡めて事業化していく道筋も考えられる。

このように、個性的な課題が整理され、地域のサポート体制がある状況は、起業家がある地域を選択する理由となるだろう。また、地域の課題解決を起点とする事業活動は、起業家が地域に必要とされ、特別な存在になる成長機会としても訴求できるかもしれない。

「ユニークな課題」を捉える先に、地域と起業家の良縁が生まれ、「起業」「創業」を切り口とした地方創生は実現するだろう。