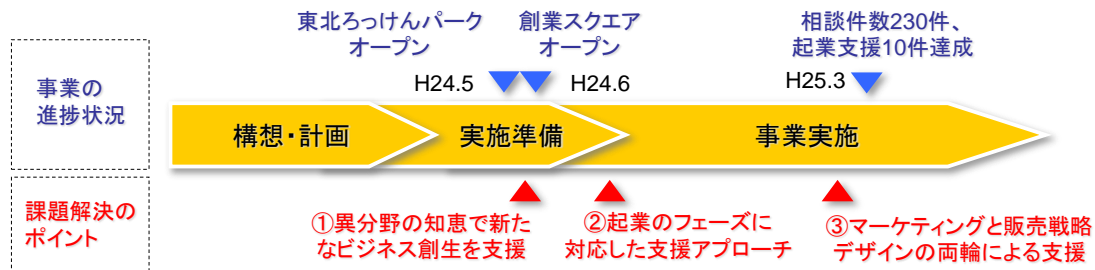


事例2-22 東北復興創業スクエアの起業支援（宮城県仙台市）

- 1 異分野の知恵を集めて復興過程で生じる新たなニーズに応えるビジネスを生み出す
- 2 創業支援のフェーズに応じ、窓口相談対応、セミナー開催、起業支援を実施
- 3 マーケティングと販売戦略デザインの両輪による支援

事業の全体工程と現況



事業主体	仙台印刷工業団地協同組合、協同組合仙台卸商センター、 NPO法人せんだい・みやぎNPOセンター
プロジェクト規模	相談件数約230件、セミナー受講者約1,800人（延べ人数）、起業支援65人 （平成25年3月）
事業費	事業費 8,800万円

(1) 事業の概要

平成24年5月に仙台市の中心商店街にオープンした「東北ろっけんパーク」は、1階は復興グッズの販売、2階は一坪オーナーとして出店できるチャレンジショップなどにより構成され、立地の良さを活かし、被災各地の産業や観光の支援を目的としたイベントも展開されている。その翌月、3階に東北6県の起業・創業等を支援する拠点「創業スクエア」がオープンした。いずれも仙台経済ステップアッププラン2012事業の一環で、観光・産業支援と、起業支援が1ヶ所に集まる、新たな復興の拠点施設が誕生した。



創業スクエアでは仙台市から事業の委託を受けた、仙台印刷工業団地協同組合（事業統括、ビジネス支援担当）、協同組合仙台卸商センター（デザイン活用促進担当）、NPO法人せんだい・みやぎNPOセンター（起業家育成担当）が協働で事業に取り組んでいる。（株）ゆいネット主催の起業支援「ちっちゃいビジネス開業応援塾」（事例2-20参照）もここで開催される等、被災地での起業支援と、マーケティングやデザインの活用による高付加価値化を目的に、起業家育成スクールや各種セミナーが開催されている。また、1、2階の出店者へビジネス相談も、創業スクエアが行っている。

起業支援という取り組みは、方法論が十分に確立されていないチャレンジングな取り組みであり、オープン当初は、創業スクエアのミッションや目的、具体的なアウトプット、協働3団体の役割分担等を明確にするのに時間がかかったという。現在は、起業・ビジネス支援のロールモデルづくりを年間15件、起業家の育成として年間60人を当面の目標とし、ビジネス支援担当・デザイン活用促進担当・起業家育成担当の役割分担のもと、相互に協力しながら、起業支援を推進する体制を作り上げた。

平成25年3月時点での各事業に対する相談件数は計約230件、セミナー等受講者のべ1,800人以上と、のべ利用者は2,000人を超えている。そうした中から、ロールモデルとする支援団体を10件程度選定し、創業スクエアのスタッフがネットワークのハブとなり、支援案件にあわせてアートディレクターやマーケッター、ライターなどの専門家がプロジェクトに入って、3、4か月かけてマーケティング等による起業支援のロールモデルづくりに取り組んできた。今後は、こうした起業の取り組みを他の地域にも広

げていくために、これまで起業に成功した事例を仙台市関連のフリーペーパー（復興人、起業人など）や創業スクエアのWEBサイト、冊子「ビジネス支援事例集」といった形で対外的に情報発信していく。

(2)プロジェクトが直面した課題と解決のポイント

1 異分野の知恵を集めて復興過程で生じる新たなニーズに応えるビジネスを生み出す

創業スクエアは、仙台市が策定した「仙台経済ステップアッププラン2012」に基づき設置された。同プランは、震災からの復興だけではない安定的な経済成長を目的としたもので、事業拡大、にぎわい創出、未来開拓、足腰強化の4つのテーマで10のプログラムを設定したプロジェクト。復興過程で生まれる新たなニーズに対応した商品や・サービスを生み出すには、それを担う事業や起業家の存在が不可欠であるという考え方から、創業支援が必要であると判断された。そのため、創業スクエアは、マーケティング、デザイン、ソーシャルビジネス、そして商業と、のそれぞれの分野で経験知を持つ3つの団体が協働して運営することになった。異なる分野の団体が、ビジョンを共有しながら協働することにより、復興過程の新たなニーズに応える、創業スクエアの特徴的な支援体制が生まれた。



セミナーの様子
(平成24年9月)

2 創業支援のフェーズに応じ、窓口相談対応、セミナー開催、起業支援を実施

相談する際には事業計画書を作成する必要があるが、そのノウハウを持たない起業志望者も少なくなかった。そこで仙台市では創業スクエアを設置し、こうしたノウハウを持たない個人事業主、中小企業、NPO等の様々な相談者へも、丁寧なコミュニケーションを重ねて、最適な方法をアドバイスし仙台市のビジネス相談を担っている公益財団法人仙台市産業振興事業団へつないでいくのが特徴だ。

3 マーケティングと販売戦略デザインの両輪による支援

起業相談に来る人の大半が、マーケティング調査を行っておらず、「商品はできたが、誰に売ればいいのかわからない」という悩みが多く寄せられているという。こうした悩みを解決するためには、市場マーケティングをした上で、誰に対して、どのように売るかを検討し、販売方法に応じた広告デザインが必要となる。創業スクエアでは、マーケティングの専門家と、販売戦略デザインの専門家がチームを組んで、商品の付加価値を高める販売戦略を検討支援することで、起業者の思いに応えながら、創業スクエアそのものの立ち位置を特徴づけることに取り組んでいる。オープンから約1年が経過し、認知度は確実に向上した。これからは、マーケティングと販売戦略デザインの提案力に磨きをかけ、起業支援組織としての創業スクエアのプレゼンスを一層高めていくフェーズに進んでいる。

コラム：創業スクエアのノウハウを全国に

創業スクエアは、3年間限定の事業である。「この3年間を終えた後も、東北の企業がマーケティング、販売戦略デザインを考えながら事業を展開していける土壌づくりができれば」と、創業スクエアの事業を担当している仙台市経済局産業振興課の中西百合氏は言う。マーケティングとデザインの重要性が自然に受け入れられている状態が最終目標だという。

また、創業スクエアの活動拠点は仙台市であるが、そこで蓄積してきたノウハウを他の自治体に広めていくことも重要だ。「まだ復興でたいへんな沿岸被災地に、仙台のポテンシャルを持って行ってサポートしたい」という。復興の先陣を切ったノウハウをまとめ、沿岸被災地に発信し、さらには全国に波及させる。そんなモデル事例が生まれる場所を、創業スクエアは目指している。