



SCB

産業企業情報

No.2025-3

(2025.4.25)

信金中央金庫 地域・中小企業研究所

上席主任研究員 薬品 和寿

03-5202-7671

s1000790@FacetoFace.ne.jp

地域金融機関にとってのスタートアップ支援とは①

ー有識者インタビューの紹介ー

視 点

2024 年 11 月に政府が「スタートアップ育成 5 か年計画」を公表してから丸 2 年を迎えたことを踏まえ、当研究所は、本稿を皮切りに、2025 年度を通じて「スタートアップ支援」を題材とした調査レポートを複数回、発刊する予定である。

第 1 弾となる本稿では、有識者インタビューとして、アビームコンサルティング株式会社 執行役員プリンシパル 未来価値創造 戦略ユニット長 橘知志様、NewTech アドバイザー（新規事業開発/共創担当）で広島県三原市イノベーションコーディネーターとしても活動する吉田知広様からのコメントを紹介する。

要 旨

- 5 か年計画では、人材・ネットワーク、資金、オープンイノベーション（事業）の 3 つの柱を示し、網羅的に課題と施策を整理するとともに、2027 年度に、投資額 10 兆円、将来においてユニコーン 100 社、スタートアップ 10 万社を創出するという目標を掲げている。経済産業省は、2025 年 2 月 13 日開催の「第 6 回 産業構造審議会 イノベーション・環境分科会 イノベーション小委員会」において、進捗について、5 か年計画を策定した効果は出始めており、スタートアップの「芽」は着実に成長していると評価している。
- スタートアップ支援では、ステークホルダーを“共通言語”でつなぐ「通訳」が重要な役割を担う。「通訳」には、助言や側面支援をするメンターの役割だけではなく、「ビジネスをつくる」という役割も期待されている。なお、吉田氏から、メガバンクや大手証券会社、メガ地銀とは一線を画し、根拠を持った形で「ピッチイベントやアクセラレータプログラムに敢えて取り組まない戦略」も有効ではないかとの提言をいただいた。
- 地域の垣根を超えた信用金庫同士の連携が進む中、信用金庫業界のネットワークを活用してスタートアップ技術に関する情報を交換し合うことにより、「それぞれの地域課題とスタートアップ技術をマッチングする」といった、今までとは異なるスタートアップ支援へと発想の転換を図ることも重要ではないだろうか。“信用金庫ならではの”視点で、地域課題とスタートアップ企業をマッチングできるようになれば、スタートアップ企業の自信につながるとともに、地方へのスタートアップ技術の導入チャンスの拡大、ひいては地域課題の解決につながっていくだろう。

キーワード

スタートアップ 通訳 信用金庫 地域課題 広島県三原市 アビームコンサルティング
ピッチイベント アクセラレータプログラム

目次

はじめに

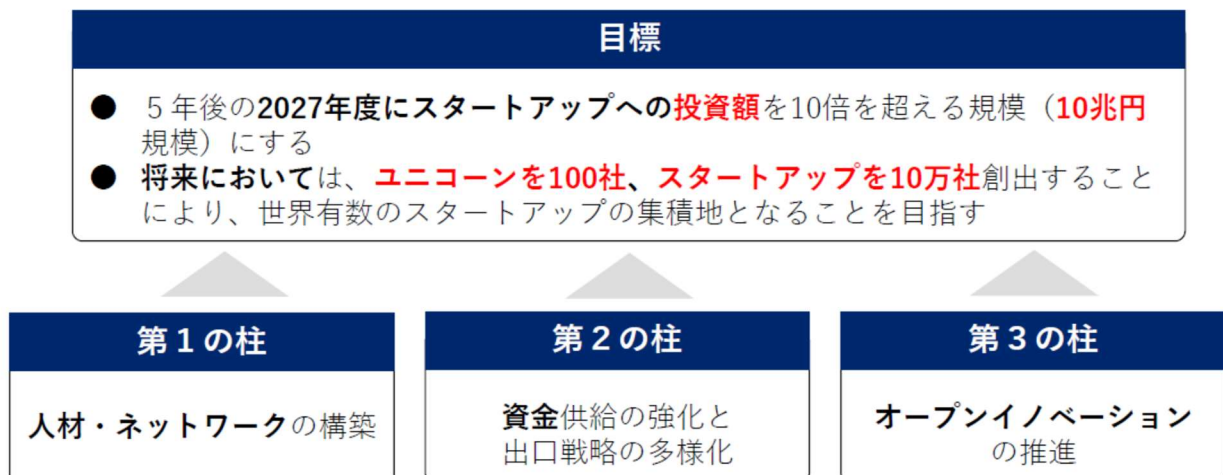
1. スタートアップとは
 2. 地方圏においても高まりつつあるスタートアップへの期待
 3. 有識者インタビュー：地域金融機関にとってのスタートアップ支援とは
 - (1) 三原市イノベーションコーディネーターへの就任
 - (2) スタートアップ支援における信用金庫への期待
- おわりに - 今回の有識者インタビューから得られた知見 -

はじめに

岸田文雄前首相は、2022 年 1 月、年頭記者会見において、「スタートアップ創出元年」を宣言した。同年 3 月、（一社）日本経済団体連合会が「スタートアップ躍進ビジョン～10×10×を目指して～」¹において「5年後の目標」等を示し、これを踏まえ、同年 11 月、「スタートアップ育成5か年計画」（以下「5か年計画」という。）が決定、公表された²。

5か年計画では、人材・ネットワーク、資金、オープンイノベーション（事業）の3つの柱を示し、網羅的に課題と施策を整理するとともに、2027 年度に、投資額 10 兆円、将来においてユニコーン³100 社、スタートアップ 10 万社を創出するという目標を掲げている（図表 1）。これを受けて、経済産業省は、政府の取組みを広く紹介するとともに、スタートアップの成長段階に応じて、さまざまな支援施策を提供している⁴。

（図表 1）5か年計画の概要



（出所）経済産業省ホームページ

2024 年 11 月で5か年計画の公表から丸2年を迎えたことを踏まえ、当研究所は、本稿を皮切りに、2025 年度を通じて「スタートアップ支援」を題材とした調査レポートを複数回、発刊する予定である。

なお、第1弾となる本稿作成に際して、アビームコンサルティング株式会社 執行役員プリンシパル 未来価値創造戦略ユニット長 橘知志様、NewTech アドバイザー（新規事業開

¹ 経団連ホームページ(<https://www.keidanren.or.jp/policy/2022/024.html>)を参照

² 内閣官房ホームページ(<https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/su-portal/index.html>)を参照

³ 時価総額 10 億米ドル（約 1,500 億円）以上で、創業後 10 年以内の未上場企業のこと

⁴ 経済産業省ホームページ(<https://www.meti.go.jp/policy/newbusiness/index.html>)を参照

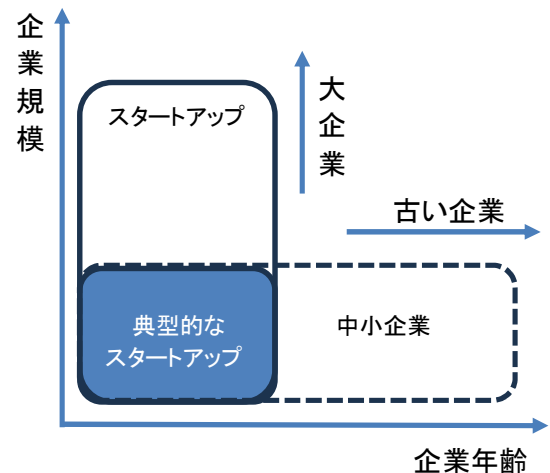
発/共創担当)で広島県三原市イノベーションコーディネーターとしても活動する吉田知広様に取材をさせていただいた。貴重なお時間を頂戴したことに、この場をお借りしてお礼申し上げたい。

1. スタートアップとは

本稿で題材とする「スタートアップ」という言葉は、各種文献等をみる限り、「ベンチャー」や「創業」という言葉とはっきり区別されておらず、あいまいな定義となっている。ニュース&トピックス No. 2024-150⁵ (2025年2月25日発刊)では、「スタートアップ」の定義について⁶、一般的に各主体の考え方に委ねられていること、後講釈にはなるものの「ベンチャー」等の言葉とのはっきりとした違いで共通しているのは「短期間で急成長」であるといえることを示した上で、「スタートアップ」であるかどうかを判断するにあたっては、「開業者の成長速度への意識」に着目することが最善であるといえるのではないかと総括した。

加藤 (2024) は、スタートアップの定義について、「まず、スタートアップの定義はとてもあいまいなものであるということです。実は、その定義について必ずしも共通した認識がないまま、政策立案やメディアの報道などにおいて議論が展開されているように思います。」とし、定義があいまいなままであれば、政府によるスタートアップ支援政策においても支障が生じること等を懸念している。また、スタートアップを論じる際に、一つの論点として中小企業との区別からは、企業の成長やイノベーションを説明する上で「企業年齢」がとても重要であることを強調している (図表 2)。さらに、スター

(図表 2) スタートアップと中小企業の範囲



(備考) 加藤 (2024) 7 頁から引用

トアップの登場要因や成功要因を分析する際は、「スタートアップと中小企業ではなく、スタートアップ間の違いを、「志向（成長志向か否かなど）」や「タイプ（研究開発型か否かなど）」で区別するほうが適切と言えるかもしれません。」と指摘している。

田所 (2020) は、わが国では「ベンチャー企業」という言葉で、「スモールビジネス型の事業」も「スタートアップ型の事業」も一括りにされてしまうが、両者は全く異なるものと指摘している (図表 3)。また、わが国でユニコーン企業がなかなか出てこない要因として、0 から 1 を作る「起業家」は増えたが、1 を 100 にする、すなわち事業を成長軌道

⁵ 当研究所ホームページ (<https://www.scbri.jp/reports/newstopics/20250225-5-2.html>) を参照

⁶ 経済産業省中国経済産業局が 2019 年 2 月に公表した「平成 30 年度 地方創生に向けたスタートアップエコシステムの整備促進に関する調査事業報告書」は、スタートアップを、「新しいビジネスモデルを考えて、新たな市場を開拓し、社会に新しい価値を提供したり、社会に貢献することによって事業の価値を短期間で飛躍的に高め、株式上場や事業売却を目指す企業や組織のことを指す」と定義し、もともとは米国シリコンバレーを中心に「新しく設立されたばかりの企業」という意味で使用され始めた言葉であるとしている。また、「地銀協レポート Vol.9」では、2つの地方銀行におけるスタートアップの定義から、「短期間で急成長を目指す(上場をゴールとする)こと」と「革新的なアイデアのもとに新たな市場を開拓していること」の2つをスタートアップの特徴として挙げている。

に乗せ大きくする「事業家」が圧倒的に少ないことを強調している。

こうしたことを踏まえ、本稿を皮切りにシリーズ化する今後の調査レポートでは、アントレプレナー育成や「創業間もない企業」だけではなく、1を100にする「事業家」への支援についても触れるようにしたい。

(図表3) スタートアップとスモールビジネスの違い

	スタートアップ型	スモールビジネス型
成長方法	Jカーブを描く。 (成功したら、巨額のリターンを短期間で生むことができる)	線形的に成長 (そこそこのリターンを着実に得ることができる)
市場環境	市場が存在することが確認されていない。 (不確実な市場環境の下で行われ、タイミングが非常に重要である)	すでに市場が存在することが証明されている。 (市場環境の変化は少ない)
スケール	初期は少数だが、一気に多くの人に届けることができる。	少数から徐々に増やすことができる。少数のままで運用できる。
関わるステークホルダー	ベンチャーキャピタリストやエンジェル投資家	自己資金、銀行
インセンティブ	上場やバイアウトによるストックオプション、キャピタルゲイン	安定的に出せる給料
対応可能市場	労働の調達・サービスの消費があらゆる場所で行われる。	労働力の調達・サービスの消費される場所は限定される。
イノベーション手法	既存市場を再定義するような破壊的イノベーション	既存市場をベースにした持続的イノベーション

(備考) 田所 (2020) 76 頁から引用

2. 地方圏においても高まりつつあるスタートアップへの期待

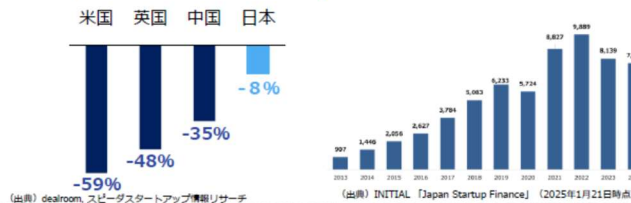
経済産業省は、2025 年 2 月 13 日開催の「第 6 回 産業構造審議会 イノベーション・環境分科会 イノベーション小委員会⁷」において、スタートアップの政策に関するこれまでの取組みや進捗、現状認識、課題、今後の方向性等を示した。このなかで、進捗については、5 か年計画を策定した効果は出始めており、スタートアップの「芽」は着実に成長していると評価している (図表 4)。

(株) ユーザベース (スピーダ) が 2025 年 1 月 21 日に公表した「Japan Startup Finance

(図表 4) 「5 か年計画」策定後の進捗

国内スタートアップの資金調達額

海外の主要国は対2021年比で大きく下げる中で堅調に推移
(2021年: 8,827億円 →2023年: 8,139億円程度*)



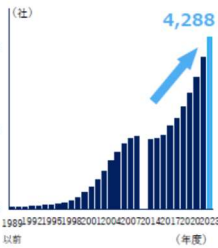
スタートアップ数

対2021年比で約1.5倍に増加
(2021年: 16,100社→2023年: 22,000社)

大学発スタートアップ数*

毎年増加傾向で、
2023年は過去最高の伸び。
(2021年: 3,305社→2023年: 4,288社)

(出所) 株式会社ユーザベース「スピーダスタートアップ情報リサーチ」2012年からのスタートアップ創出数の集計として算出。
*2023年10月末日現在で設立されている大学発ベンチャーを対象。(出所) 経済産業省「令和5年度大学発ベンチャー実態調査」



大型IPOが複数発生

対2021年比でIPO数が減少
する中でも大型IPOは発生
(2021年: 125社→2023年: 96社)

(出所) 日本取引所グループ
(出所) 株式会社ユーザベース「スピーダスタートアップ情報リサーチ」
(2024年1月23日時点)

2021年～2024年の
主なスタートアップのIPO

年	企業名	初期 時価総額 (億円)
2024	タイミー	1,760
2024	アストロスケール ホールディングス	1,448
2023	ispace	804
2021	ビジュアル	2,545
2021	セーフィー	1,646

国内ユニコーン数

時価総額10億ドル以上の
ユニコーンが増加
(2021年: 6 社→現在: 8 社)

上場企業と合計すると、
累計ユニコーンは70社強。
(2022年時点。2013年～2022年の上場スタートアップ
463社中、68社が一時的に時価総額1,000億円超え。)

(出所) CB Insights 「現在」は2024年12月現在の数値。
上場含む累計: JYCA資料 (海外機関投資家向けPR資料: 急成長を遂げる日本のスタートアップ市場) 次ページ

国内のユニコーン企業

順位	企業名
1	Preferred Networks
2	スマートニュース
3	Playco
4	SmartHR
5	Spiber
6	Opn
7	GO
8	Sakana AI

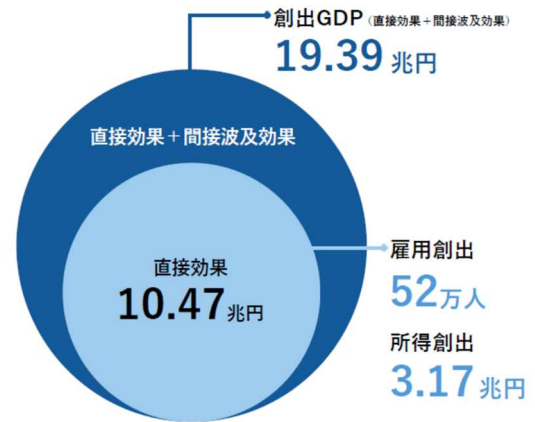
(出所) 経済産業省 (2025 年 2 月 13 日)

⁷ 経済産業省ホームページ(https://www.meti.go.jp/shingikai/sankoshin/sangyo_gijutsu/innovation/006.html)を参照

2024」には、都道府県別の資金調達額割合が示されている。これをみると、全体の77.2%は東京都であり、神奈川県（3.7%）、京都府（3.3%）と続き、“東京都偏重”の傾向がみられる。

経済産業省は、2024年7月に、「スタートアップによる経済波及効果」の調査概要を公表した⁸。スタートアップによるGDP創出額は、直接効果で10.47兆円（間接効果を含むと19.39兆円）に上ると試算され（図表5）、社会に一定のインパクトを与えることが期待されている。5か年計画では、「5（26）地方におけるスタートアップ創出の強化」として、地域金融機関による地域のスタートアップへの投資促進や、大企業と中堅・中小企業との人材マッチングの推進等を通じた支援等への期待が示されている。

（図表5）スタートアップによる経済効果



（出所）「令和5年度 スタートアップによる経済波及効果-調査概要-」3 頁目

「地銀協レポート Vol. 9」（2023年5月17日）によると、地方銀行は、短期間での急成長を目指すこと、革新的なアイデアをもとに新たな市場を開拓していること等をスタートアップの特徴と位置づけ、企業同士の交流の場の提供、スタートアップセミナーの開催、ビジネスコンテストの開催、大学等との連携といった、スタートアップを発掘するための取組みを積極的に行っている。信用金庫業界でも、西武信用金庫グループ（東京都）が、キャピタル子会社を通じて（株）タイミー等の株式公開（IPO）を支援する等⁹、地域金融機関として培ってきたノウハウを積極的にベンチャー支援に活かしている。

また、総務省は、産学金官の連携により、地域で新たな事業を立ち上げようとする民間事業者等に対して初期投資費用を支援する「ローカル10,000プロジェクト¹⁰」（地域経済循環創造事業交付金）に取り組んでいる。地域金融機関としては、地元への経済波及効果を期待して、本プロジェクトを活用し、地元自治体と協調した支援に取り組むことも有用だろう。

このように政策面で地方圏でのスタートアップ支援への期待がある中で、以下3.では、「地方」や「地域金融機関」の視点から、有識者インタビューを紹介する。

3. 有識者インタビュー：地域金融機関にとってのスタートアップ支援とは

アビームコンサルティング株式会社¹¹の未来価値創造戦略ユニットは、「未来の価値（Future-value）とテクノロジーによる価値（Tech-value）を組み合わせ、戦略から変革実行までのイノベーション（Innovation）を実現する」というビジョンの下、「5年先、10

⁸ 経済産業省ホームページ(<https://www.meti.go.jp/press/2024/07/20240722002/20240722002.html>)を参照

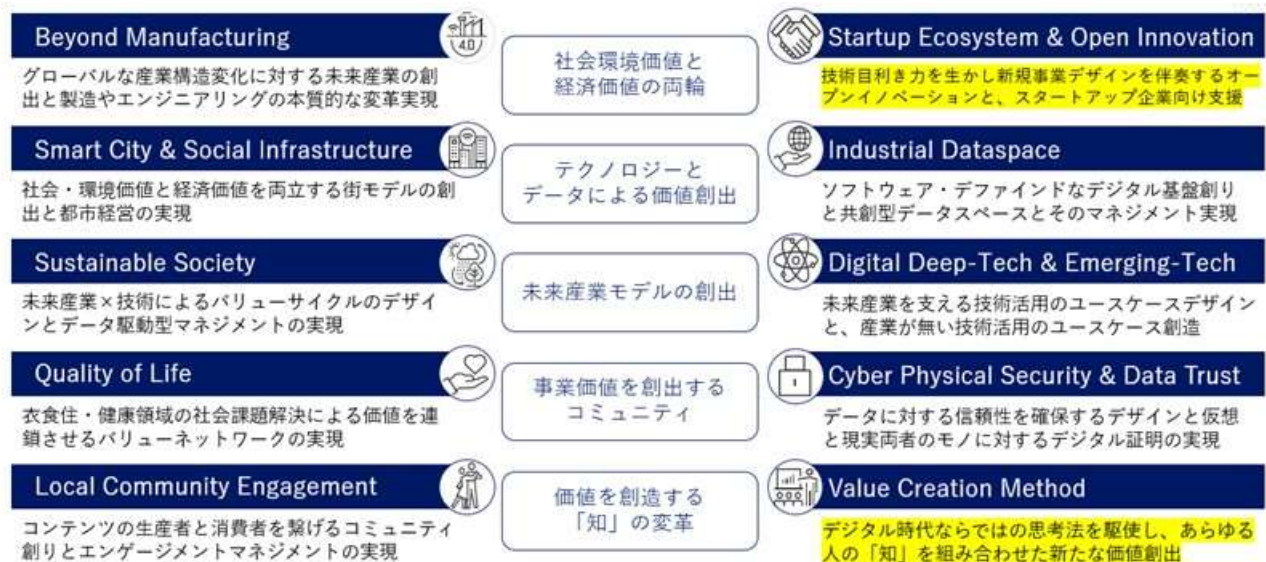
⁹ 西武しんきんキャピタルホームページ(<https://www.seibucapital.co.jp/portfolio/ipo>)を参照

¹⁰ 総務省ホームページ(https://www.soumu.go.jp/main_sosiki/jichi_gyousei/c-gyousei/local10000_project.html)を参照

¹¹ 1981年4月に設立し、グローバルに29拠点、従業員数8,300名近くを有する大手コンサルティング会社である。ミッションとして、「変革を通じて、クライアントに新たな成功をもたらす、継続的な企業価値向上に貢献する」ことを掲げている。詳細は、同社ホームページ(<https://www.abeam.com/jp/ja/>)を参照

年先、20 年先を見据えた顧客価値の創造と変革実現の支援」を目指して、「産業×テクノロジーで未来と価値創造志向のイノベーションを実現」をミッションに掲げる。主な注力領域は、図表 6 のとおりであり、このうち黄帯の 2 領域で吉田氏は活躍している。なお、橘氏および吉田氏の経歴等は以下のとおりである。

(図表 6) 未来価値創造戦略ユニットの主な注力領域



(備考) 同社提供

有識者の紹介①

橘知志氏は、メーカー系システムインテグレーション（S I）会社で活躍後、2007 年にアビームコンサルティング（株）に入社した。

入社後、同社が D X 領域を立ち上げた当初から、製造業、卸売業、流通・サービス業、通信業、金融業、公共団体等、さまざまな業界向けにデジタル技術やデータを活用した新規事業開発、未来産業の構想、新サービス開発、デジタル基盤構築や D X 人材育成等に携わり、海外展開の支援にも取り組む等、D X 領域のコンサルティングを主導してきた。現在、執行役員プリンシパルとして、未来価値創造戦略ユニットを率いる。



有識者の紹介②

吉田知広氏は、大手信託銀行の受託財産部門において、金融教育に関する企画（投資教育コンテンツ開発、資産形成に関する新サービス構想/企画立案他）、iDeCo サービス開発・全体戦略立案、フィンテック活用の新サービスの企画・開発等で活躍後、2018 年にアビームコンサルティング（株）に入社した。

現在、同社で初めての I C 職 (Individual Contributor) として、コンサルタント職ではない、自身のネットワークを活用した独自活動を担うことで、新たなテクノロジーの活用や未来の価値創造に係る新規事業創出チームをリードしている。具体的には、スタートアップ企業との実証実験、新規事業企画の創出・構築、大企業同士の共創企画の創出、大企業・スタートアップ企業・自治体とのネットワーキング等で活躍している。



(1) 三原市イノベーションコーディネーターへの就任

吉田氏と広島県三原市との本格的な取組みが開始されたきっかけは、2023年7月に、(株)wash-plus¹²（千葉県浦安市、ランドリー事業）の高梨健太郎代表取締役を、三原市の岡田吉弘市長¹³ならびに三原商工会議所の森光孝雅会頭に紹介したことである。これがきっかけとなり、岡田市長からの直接の提案を受け、吉田氏は、2023年8月1日付けで、イノベーションコーディネーターに就任した¹⁴（図表7）。なお、この後、高梨社長は、三原市のアンテナショップを併設したコインランドリー「Relay Base（リレーベース）」を新宿・高田馬場に開設している¹⁵。

直近、吉田氏は、太陽光駆動マイクロモビリティ「HelioX（ヘリオス）」¹⁶（図表8）の開発を手掛けるスタートアップである（株）HelioX¹⁷（東京都豊島区）を三原市に紹介し、同社は岡田市長に対して直接、プレゼンテーションを行う機会を得た。その結果、地域交通の課題解決につながると期待されるに至り、同社と三原市は覚書を締結し、

2025年3月2日と9日の両日にわたって、「HelioX」の試乗会が、三原市、三原商工会議所、三原市観光協会のほか地元企業等の協力を得て、三原市の佐木島および八天堂ビレッジ¹⁸で開催された。参加した約55名の地域住民や観光客から得たアンケート回答に

（図表7）三原市イノベーションコーディネーター就任式



（備考1）左が岡田市長、右が吉田氏

（備考2）三原市提供

（図表8）太陽光駆動マイクロモビリティ「HelioX」



（備考）（株）HelioX 提供

¹² <https://wash-plus.co.jp/>を参照

¹³ 2019年参院選を巡る公職選挙法違反事件後の市長選挙で、当時、県内最年少の35歳で岡田吉弘氏が当選、現在、2期目を務めている。

¹⁴ アビームコンサルティング(株)ホームページ(<https://www.abeam.com/jp/ja/news/2023/0809/>)を参照

¹⁵ アンテナショップでは、「ご当地プリン」の「広島みはらプリン」や地域の特産品などを販売し、三原市の観光スポットや観光コンテンツを紹介するほか、無人の時間帯でも特産品が購入できるよう冷凍自動販売機も設置している。日本商工会議所ホームページ(<https://archive.jcci.or.jp/news/local-front/2023/0720151850.html>)を参照

¹⁶ 現在、日本には約30台が準備され、価格帯は1台あたり約20万円前後を想定している。充電満タンで約30kmを走行でき、晴れの日であればソーラーパネルで充電しながら約70～80kmの走行が可能という想定である。

¹⁷ <https://www.heliox-mobi.com/>を参照

¹⁸ 広島空港前を基点とした「体験型の食のテーマパーク」で、地元・広島の食材を使った食事や土産、サプライズな

て、「HelioX」への好意的な意見が寄せられたことを受けて、地域交通の改善と観光振興に向けて協力関係を深めている¹⁹。また、今まで実証実験の場を得られなかった同社にとって、アンケート回答で浮き彫りとなった問題点は、今後の技術改善に向けた貴重な材料になったともいう。

スタートアップ企業にとって、自社で開発する新しい技術等の有用性を実証する機会を平易に得ることは難しいため、実験の場を提供してもらえることは大きなメリットであるという。さらに、実証実験が成功すれば「この市や町で事業をやっていこう」という気持ちが芽生えることも想定されるため、自然な形でスタートアップ技術の地方移転が進んでいくのではないだろうか。一方、実証実験の場を提供する自治体等にとっても、意欲の高い地元企業等に対して、スタートアップ企業が保持する新しい技術等に関する情報提供ニーズや利用意欲に応えられるというメリットがある。実際、三原市の経済界の方々からの依頼で開催した講演会でスタートアップ企業の取組み事例を紹介したところ、聴衆からは「その技術は、自社でも活用できるかもしれない」等、活発な意見や感想が出たという。

吉田氏は、三原市とスタートアップ企業とのニーズをつなぐ“橋渡し役”の役割を果たすイノベーションコーディネーターとして邁進している。

（２）スタートアップ支援における信用金庫への期待

以下、インタビュー時にいただいたコメントのエッセンスを、「ピッチイベント・アクセラレータプログラム」、「通訳」、「金融支援・非金融支援」、「大学発スタートアップ支援」といったキーワードごとに紹介する。

① ピッチイベント・アクセラレータプログラムを通じた支援

ピッチイベントの実施にあたっては、①N（行政側・複数）対N（スタートアップ企業側・複数）での“お見合い”、②プレゼンテーションの時間は1社あたり最低20分以上、③“お見合い”が成立すれば「実証実験の場」へ誘導、というやり方が有効ではないだろうか。定期的で開催される、三原市イノベーションツアーでは、参加するスタートアップ企業や大企業の新規事業担当者が1社あたり40分（プレゼンテーション20分、質疑応答20分）をかけて、市長の前でディスカッションをする形式を採っている。オーソドックスなピッチイベントではプレゼンテーションの時間が1社あたり3～5分であるが、これでは深い理解につながりにくい。また、地元の意思決定者と直接、話しができることも大切だろう。さらに、本質的に有効なピッチイベントを実施するのであれば、「スタートアップー大企業ー行政」の間を“共通言語”でつなぐ「通訳」の役割は非常に重要だろう。

アクセラレータプログラムの実施では、主催者単独で行うことは望ましくなく、地域のステークホルダーを巻き込んだ「地域連合型」で実施することも一つのやり方だと考える。一方で、プログラムでは参加が必須となるワークショップが多過ぎるといった時間的な負担や、イベント集客の関係上、都内で開催されることもあるため、移動費用や時間がかさむ等、経営資源が限られたスタートアップ企業にとっての負担感

体験やみどころを紹介する施設である(<https://hattendo-village.jp/>)。

¹⁹ <https://www.heliox-mobi.com/2025/03/mihara2/>を参照

は必ずしも小さくない。

したがって、ピッチイベントやアクセラレータプログラムに取り組む地域金融機関には、「このスタートアップ企業を今後、どうしていきたいのか」をはっきりさせた上で、一社一社のニーズに寄り添った伴走支援をする姿勢が求められているのではないだろうか。必ずしもピッチイベントやアクセラレータプログラムにこだわらず、地元ニーズに合った形での取り組み方法の検討も必要だと考える。

② 「通訳」としての役割

スタートアップ企業にとって、設定した課題解決策によるが、地方で起業するメリットは大きくないため、自治体（行政）等がピッチイベント等で誘致を図っただけでは、マッチングは成立しにくい。それぞれの立場でモチベーションにギャップがあることから、マッチングを成功させるためには、地域をよく知る「通訳」の役割が鍵を握る。アビームコンサルティング（株）で自治体や地元企業、スタートアップ企業の双方と意見交換を重ねる中で、「地域の課題」と「地域の産業」を深く理解していることの重要性を強く感じており、「通訳」としての信用金庫への期待は大きいだろう。

また、「通訳」は、助言や側面支援をするメンターの役割だけではなく、「ビジネスをつくる」という役割も期待されている。この観点から、京都信用金庫（京都府）が提供する「QUESTION²⁰」の取組みは、スタートアップ企業や地域のステークホルダーが頼れる役割を果たしている好事例といえるだろう。

民間事業者とスタートアップ企業とのマッチングでは、マッチング能力だけではなく、民間事業者の課題を業種別に深掘りできる能力も必要である。これは、スタートアップ企業の課題を深掘りできる能力とは異なるものである。

このように、「通訳」に求められる役割として、自治体（行政）、スタートアップ企業、民間事業者のそれぞれの課題を深掘りできる能力が必要であることから、信用金庫が「通訳」の役割を果たす場合、「しっかりと仲立ちできる人財の育成」という観点が求められるだろう。また、地方における「通訳」には、信頼性の観点から「地元民の顔」も求められ、この観点からも信用金庫への期待は大きいといえるだろう。

「通訳」は簡単にできるものではなく、積極的にイノベーション活動をすることで、自らもレベルアップする必要がある、一朝一夕で出来るものではない。イノベーション

（図表 9）アビームコンサルティング（株）が考える 3 者の課題と必要なアプローチ

スタートアップ共創の課題		必要なアプローチの考え方	
事業会社	スタートアップに求めるものが不明確であり、文化の違いからコミュニケーションが困難なため、具体的な協業に進展しない。	事業会社の事業戦略の明確化	
スタートアップ	協業先の事業会社や業界構造についての知識が不足している。 PoCに至るまでのリードタイムにギャップがある	企業の強みの分解と スタートアップのケイパビリティの目利き	
自治体	事業を委託する事業者ノウハウを依存し、自治体にノウハウが残らない。	文化の理解とコミュニケーションの促進	
		事業会社とスタートアップの双方のメリット最大化	
		再現可能な共創ノウハウの言語化と継承	

（備考）同社提供資料

²⁰ 京都信用金庫ホームページ(<https://question.kyoto-shinkin.co.jp/>)を参照

ン界限にいる「通訳」からのレクチャーも受ける必要もあると考える。

なお、アビームコンサルティング（株）が考える自治体、スタートアップ企業、民間事業者がスタートアップ共創を進めていく上での課題と必要なアプローチは、図表 9 のとおりである。

③ 金融支援・非金融支援での役割

スタートアップ企業からは、VC（ベンチャー・キャピタル）やCVC（コーポレート・ベンチャー・キャピタル）よりも金融機関系のファンドからの出資を期待する声を聞くこともある。CVCに比べて特定の企業の“色”が出ないため、事業の広がりを期待できるからである。

準備や運営等にかかる時間的・金銭的な負担が大きいアクセラレータプログラム等よりも、少額であっても1社でも多く出資するほうが、スタートアップ企業の期待に応えることにつながる可能性がある。さらに、国内の起業家をみると、国内に事業の軸足を置くケースが多いが、飛躍するためには「海外でも闘える」という視点も大切である。地方都市の姉妹都市を含む海外で事業展開をするための資金支援も期待されるところだろう。

資金支援のほか、地域金融機関に対して、「販路拡大支援」、すなわち売り手（スタートアップ企業）と買い手（地場企業等）をつなぐことを期待する声も少なくない。日本政策金融公庫総合研究所が公表する「2024 年度新規開業実態調査²¹」をみても、開業後に苦労していることとして、「顧客・販路の開拓」が最多の回答率になっている。地元を強く意識し、地域に根ざしたビジネスマッチングに取り組んできた信用金庫にとっては得意とする領域ではないだろうか。

④ 大学発スタートアップ支援での役割

大学発スタートアップ企業に目を向けると、技術開発に向けた研究に関しては第一級であっても、事業計画の策定をはじめとして事業化・収益化への意識が必ずしも高くないと感じている。技術を活用した新ビジネスの検討も不十分なケースもあり、こうした経営感覚の不足が、日本の技術が世界に広がっていかない要因の一つになっているのではないだろうか。

地方の大学とのつきあいがあり、事業計画の策定支援等にも長けている信用金庫には「ビジネスをつくる（事業化する）」ための橋渡し役も期待されているのではないだろうか。

⑤ “信用金庫だからこそ”のスタートアップ支援

地方にスタートアップ企業を誘致するためには、「関係者の話しをしっかりと聞いて、アクションを起こせる人財」、いわば“おせっかい”といわれるようなコミュニティマネージャーが必要かもしれない。このコミュニティマネージャーは、地域に精通している“おせっかいな経験値が高い方”でも良いだろう。「誰が地元の情報通か」を熟知しているのは、“Face To Face”を強みとする信用金庫ではないだろうか。

²¹ https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/kaigyo_241127_1.pdf を参照

例えば、地方でのスタートアップ支援にかかる運営において、「信用金庫」の看板を持つコミュニティマネージャーが活躍する姿は、一つの理想形といえる。特に地方では、「誰と誰が顔見知り」といったことを含めて地域の事情に精通している“信用金庫だからこそ”のスタートアップ支援が期待されているのかもしれない。

アビームコンサルティング（株）が考えるスタートアップエコシステム（図表 10）の中で、信用金庫には、自治体、スタートアップ、事業会社の 3 者をつなぐ“ハブ機能”の役割を期待したい。

（図表 10）アビームコンサルティング（株）が考えるスタートアップエコシステム



（備考）同社提供資料

おわりに - 今回の有識者インタビューから得られた知見 -

「実証実験の場を提供して欲しい」というスタートアップの高いニーズを踏まえると、「実証実験の場の提供を仲介して、スタートアップの成功事例をつくる」ことは信用金庫の役割の 1 つといえるのではないだろうか。こうした役割を果たす上で、大手証券会社や CVC のような「投資の軸」で判断するのではなく、信用金庫が得意とする「ビジネスの軸」で判断することが大切だろう。

メガバンクや大手証券会社、メガ地銀は、積極的にピッチイベントやアクセラレータプログラムに取り組んでいる。こうした中、吉田氏からは、信用金庫に対して、「ピッチイベントやアクセラレータプログラムに敢えて取り組まない戦略」という提言をいただいた。上述したとおり、スタートアップ企業にとって、ピッチイベントやアクセラレータプログラムへの参加にかかる負担感は小さくない。信用金庫には、「どのようにリアルな支援をできそうか」を考えながら、「ピッチイベントやアクセラレータプログラムではないやり方がある（信用金庫だからこそできる支援がある）」という姿勢を示すことが求められているのかもしれない。

「そのスタートアップ技術は、自分たちの地域では馴染まないが、他の地域で使えるのではないだろうか」という新たな視点を持つことも大切だという指摘も受けた。例えば、地域の垣根を超えた信用金庫同士の連携が進む中、信用金庫業界のネットワークを活用してスタートアップ技術に関する情報を交換し合うことにより、「それぞれの地域課題とスタートアップ技術をマッチングする」といった、今までとは異なるスタートアップ支援へ

と発想の転換を図ることも一案ではないだろうか。

信用金庫業界において各信用金庫が収集した地域課題に関する情報を集約することができれば、「この地域に合いそうなスタートアップ技術は何か」等を判断して、“信用金庫ならではの”の視点で、地域課題とスタートアップ企業をマッチングできるのではないだろうか。これが実現すれば、スタートアップ企業の自信につながるとともに、地方へのスタートアップ技術の導入チャンスの拡大、ひいては地域課題の解決にもつながっていくことが期待できよう。

以 上

<参考文献>

- ・加藤雅俊、『スタートアップとは何か 経済活性化への処方箋』、岩波新書(2024 年)
- ・田所雅之、『起業大全 スタートアップを科学する9つのフレームワーク』、ダイヤモンド社(2020 年)
- ・第6回 産業構造審議会 イノベーション・環境分科会 イノベーション小委員会(2025 年2月 13 日)「資料 3 スタートアップ政策について～これまでの取組と進捗～」
- ・(株)ユーザベース(スピーダ)(2025 年1月 21 日)「Japan Startup Finance 2024 国内スタートアップ資金調達動向」
- ・日本政策金融公庫総合研究所(2024 年 11 月 27 日)「「2024 年度新規開業実態調査」～アンケート結果の概要～」
- ・経済産業省(2024 年7月)「令和5年度 スタートアップによる経済波及効果 -調査概要-」
- (一社)全国地方銀行協会(2023 年5月 17 日)「地方銀行におけるスタートアップ支援～スタートアップが地域と世界を元気にする～」、地銀協レポート Vol.9

本レポートは発表時点における情報提供を目的としており、文章中の意見に関する部分は執筆者個人の見解となります。したがって、投資・施策実施等についてはご自身の判断をお願いします。また、レポート掲載資料は信頼できると考える各種データに基づき作成していますが、当研究所が正確性および完全性を保証するものではありません。なお、記述されている予測または執筆者の見解は予告なしに変更することがありますのでご注意ください。