

個別ヒアリング・発言概要

区分	項目	発言概要
全般	経済・雇用情勢 コロナ対策	<ul style="list-style-type: none"> <li>・(生産が堅調な) 製造業にもリスクがある。①東南アジア等のロックダウンによる部品欠品、②材料費などのコストアップなど。コストアップの加速要因は円安。円安となると輸出企業は良いが、輸入コストが上昇。</li> <li>・飲食店等の倒産は経済への影響が大きい。ワクチンパスポートなどで経済をきっちりと回していく必要がある。</li> <li>・ワクチンパスポートの仕組みは経済の活性化・回復のためにも必要。</li> <li>・ワクチン接種が進展する中、接種済者への柔軟な対応(移動の自由度を高めるなど)が必要。</li> <li>・Go Toキャンペーンなどは、近隣府県の需要も取り込めるよう近隣府県と連携した需要喚起策が重要。</li> </ul>
産業	スタートアップ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・子育ての方向性や中高大学への道をどう考えていくか。スタートアップはその一つとなる。</li> <li>・起業については、日本のベンチャー・中小企業は失敗できるカルチャーがないことが課題。ベンチャーは事業面や資金面など必ず何かで失敗する。一方でVCが入るとガバナンスが取られてしまうので難しい。</li> <li>・例えば、学生の演奏旅行などは、日本では保護者が資金を出す、米国ではジュースやお菓子などを仕入れて、自分で売って稼ぐなど、何かしら自分でやらせるスタイル。モデルケースでもよいので、やってみるのがよいのではないか。</li> <li>・起業は、事業承継やM&amp;Aを組み合わせることで違う業種とマッチングすることで新しい事業を生み出すことができるのではないか。</li> <li>・社会貢献意欲が高い若者が多い。トップ層の学生は一流企業に入るよりも課題解決がやりたいということで、地方や海外のNGOで働く人もいる。大学の中で学ぶ機会を作るということは有効的である。SDGsについて自分に何ができるかとか、大学の中で教えることは社会に出て行く際に役に立つし、アントレプレナーシップにも繋がる。</li> <li>・起業家育成の裾野を小中学生まで広げるのは良いが、事業を興すという狭い意味のアントレプレナーシップ教育ではだめ。リベラルアーツとしての内発的な、自分は何に興味があるのか、どういうことが大事と思うのか、といった教育は早期から実施しすべき。この時期は、自分の頭で何が大事、重要かという深い意味の教養をつけることの方が重要。</li> <li>・開発・営業・管理など一気通貫してはじめてビジネスとなる、という認識を起業家自身が持たなければならない。こうした点を理解しているのは、実際に起業を経験した人なので、起業経験者の助言、指導が効果的。</li> <li>・スタートアップアカデミーの考え方は良い。子供を起業家にしようとするのではなく、起業のあり方、思考方法を教えるというもので、親からの支持も得られる。</li> </ul>

区分	項目	発言概要
産業	スタートアップ (続き)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・神戸医療産業都市のベンチャーは、そこでネットワークを作って、ベンチャー1社ではできないことについて協力体制を作り、ベンチャー間のシナジスティック、そこを引き受ける大手企業など、それ以外の投資環境がそろったところが後押しをするという独特なモデル。事業連携や産業連携がしやすいという特徴があると、スタートアップでも、神戸モデル・兵庫モデルの動きが出てくるのではないかと。</li> </ul>
	学び直し (リカレント)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・職を失ったときのセーフティネットとしても学び直しは重要。労働移動も進む。その学習のための支援があればよい。</li> <li>・各企業が個別にDX人材を確保していくのは困難。ウェブでのDXのセミナーをすると、あらゆる産業の人が興味を持ってやって来る。DXのコンサル会社のような企業が県全体のDXを支援するという効率的な仕組みが重要。</li> <li>・在職者の訓練という視点が重要。労働者自らでキャリアを作るのは難しいので、どういうスキルを身につけるか、企業がコンサルタントを活用することが重要。</li> <li>・経験・人脈がある社会人へのリカレント教育のひとつとしての起業や再チャレンジ支援も考えられる。</li> <li>・在家庭の女性を中心に、オンラインでの事業展開など、労働生産性を高める上では、働いている人のスキル向上もだが、働いていない人の学び直しを支援し、働いてもらうことが重要。</li> <li>・積極的な労働施策とは、働く人を移転させること。県内の失業者を県下の大学などの教育機関が次のステップを目指す意欲ある人を支える仕組み(単なる職業訓練ではなく、一歩踏み込んだ能力向上のトレーニングを行うなど)をつくることで安全・安心にもつながる。</li> <li>・ビジネスモデルの転換は簡単にできない。DXも大事だが、日頃からの人間の教育がしっかりできていないと補えない。</li> </ul>
	次世代・成長産業、企業立地	<ul style="list-style-type: none"> <li>・水素産業は裾野が広く、兵庫県が今後もリードしていく分野である。</li> <li>・カーボンニュートラルはまずは2030年までが転換点としての勝負。企業として、まず事業を「新しいものに変えていこう」という意識改革が必要。</li> <li>・今まで鉄鋼業界は個々の企業頼みであったが、世界的には国が主導しているところもある。国際競争力で負けてしまうので、単体ではなく、産学官の連携などを進めていく視点が重要。</li> </ul>
	商店街・地場産業	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ECサイトによる販売拡大やっっていかなければいけないが、やはり商店街に来てもらうための賑わい・魅力づくりが重要。</li> <li>・事業者はいいものを作れても、宣伝が上手でない。専門家による支援が成功事例となっている。ECサイトも専門家の派遣・指導が受けられる仕組みがあると良い。</li> </ul>

区分	項目	発言概要
産業	企業経営 (事業承継・M&A)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・足もとの倒産件数は減少しているが、支援で成り立っている状況。課題は2つ、①中小企業の儲ける力が小さいこと。国際比較で見ても営業利益率が低く、ビジネスモデルが陳腐化。儲ける力・収益力をどう高めていくか。②金融支援で中小企業の経営が持続できているが、財務的には負債比率を高まっている。この状況ではやむを得ないが、中長期では財務基盤を健全な方向にもっていく方向に設定しないと、新事業を展開するにも負債依存の財務体質では困難。中長期的には経営者の意識改革に向けた施策の誘導性が必要。</li> <li>・事業承継は、黒字での廃業も多い。1人親方も多く、忙しく伴走型の経営支援にも時間を割けないのが現状。</li> <li>・事業承継は、企業と企業、企業と人材のマッチングで次の展開を考えていくのが現実的。金融と行政など色々な関係機関が連携しないと1社では困難。</li> <li>・中小企業は、経営者一人ではなく、二世帯、三世帯などファミリービジネスが多い、世代交代の判断も難しい。後継者も、従業員の信頼を得ていかないといけない。会社の中で後継者が一部を独立させてリードし、ある程度行政の教育や補助でも支えて、成功までフォローしていく。アントレプレナーシップではそれがあがるが、ファミリービジネスでも事業承継を支えていくことが必要。</li> </ul>
	ダイバーシティ経営	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ダイバーシティ経営は、企業側も経営の技術だと学ぶ必要がある。人材を生かすためにも、経営者、社員の意識改革が必要。</li> <li>・ダイバーシティの取組が進む企業は経済力が強いとも聞くので推進していくべき。</li> <li>・民間も女性幹部は増えたが、役員になるのは外資系くらい。女性登用が更に進むことを期待。</li> </ul>
	その他 (関連産業)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・介護現場の質の向上に向けた事務の合理化策として、介護ソフトを導入した。更新・記録作業を言葉で文字化でき、その様式を活用して介護保険の請求もできる。また、従来各自がPHSを所持していたのをインカムに切り替えたが大変便利。話せば場所がわかるし全員で聞ける。ハンズフリーもメリット。他にタイムカード的に自動で管理してくれる勤怠管理システムも導入した。</li> <li>・郡部での農産物の加工・販売は、製造者の思い入れがなかなか伝わらない。PRにECやSNSを使えばよいと聞くが、人がおらず手が回らない。また、いわば素人が作っているの、衛生面の懸念やパッケージも沢山作れないなど限界も出てしまう。</li> </ul>
人材	県内就職	<ul style="list-style-type: none"> <li>・女子学生の県内就職は、企業側も女子学生側も事務しかないという認識があるのではないかと。本社は東京・大阪にある場合が多く、支店であればほぼ営業職か事務職となる。経営学部の学生はマーケティングや商品開発などを希望する子が多いが、県内にそうした職業が少ないように思う。</li> <li>・最近の若者は親子の連携が強い。親も巻き込んだ県内就職を進めていくのがよいのではないかと。</li> </ul>

区分	項目	発言概要
人材	多様な働き方	<ul style="list-style-type: none"> <li>・働き方は、福祉でなく企業戦略として重要。こうした考え方の浸透が兵庫の強みになる。</li> <li>・テレワークは、宣言が出ているときは、要請する側も受ける側も力が入り、実施率は上昇するが、だんだん元に戻っていく。特に中小企業の実施率を高める取組が必要</li> <li>・DX・5Gについて、大企業は対応できるかもしれないが、兵庫県は中小企業が多く、リモートワークが十分に進んでいないと聞くので、どうフォローしていくかが課題。</li> <li>・テレワークの拡大・活用に向けては、業務の切り分けが重要。導入できる業務があっても未導入、あるいはすぐ止めるという企業もある。評価の仕組み設定など、先進事例の紹介も意味がある。</li> </ul>
交流	観光戦略	<ul style="list-style-type: none"> <li>・心を開いたウェルカム、言葉が通じなくともコミュニケーションは重要。一番の従業員（人材）教育である。</li> <li>・SNSなどで利用者自身に広告塔になってもらうなど、情報発信の工夫が必要。そのためにも、リピーターを増やすことが重要。</li> <li>・観光活性化が進んでいる理由としては、ヨーロッパなど利用のある地域に絞っていること、DMOがしっかりと機能していることが挙げられる。</li> <li>・ワーケーションは観光の目玉にはなりにくい。温泉も水産資源も他府県になかなか勝てないので、里山や自然開拓を通じたSDGsなど、他団体にはない取組でないと難しい。例えば、40の地場産業を巡るワーケーション（産地の事業戦略を考えてくれるような事業者に来てもらうなど）や観光用ではなく、日常的に売れる食品に変えてもらうなど、ビジネスに繋がるようなファムトリップとしていくことが重要。</li> </ul>