

事後対応から未然準備

事後対応

コストの大きさ 心的な負担の大きさ

未然準備

やりすぎず 玉は小さく数多く

⇒事前にやっていたから今の地位がある。今の収益がある。などの先見性へ視点を向け情報収集と編集をして周知させたい。

⇒選択と集中

流行りのものというよりも、勝てる要素を集約して整理整頓して提供。

1, スタートアップエコシステム



ベンチャー企業とスタートアップ企業

中小企業 > ベンチャー企業 > スタートアップ

- ・ベンチャー: 組織も制度も未成熟
- ・スタートアップ: ベンチャーの中でも特殊(新規性 短期間 利益確定)

⇒利益確定させるための出口

- ・引き受け手とのコミュニケーションさらには市場の未来予測

2, 若者が挑戦する社会



出来る人の後押し

⇒ 機会のさらなる提供

やりたい人の後押し

⇒ リスクの低減

やらない人との雰囲気づくり

⇒ スタートアップが自生しやすい県民性

A: 歴史的背景の提供
かつての兵庫県の偉人
神戸復興の偉人

B: 具体的な手段の提供
スタートアップ、起業の現状やノウハウの提供

C: 近い将来の想像
ロールモデルとの接触の機会の提供
コミュニティ作り
「朱に交われれば赤くなる」

3, 中小企業のSDGS



具体的な情報の欠如

⇒わかりやすいロードマップと先進事業者の事例紹介

- ・法令の読み砕き
- ・世界の流れと今後の潮流

⇒わかりやすい資料の全体配布、勉強会

⇒業界ごと、業種ごとに合わせて実施

例、ハラル対応、ハラスメント対応、脱炭素対応 など具体的に何が必要か

4, 地域ブランドからマイクロプライベートブランドへ

メーカーが出すブランド: オンワードの※※、SANYOの※※

セレクトショップが選んだブランド: ビームスの※※、バーニーズの※※

セレクトショップと地域ブランドがくっついてる。

【地域ブランドの強みと闇】

地域に入ってみると、意外とバラバラ。規模の違い、収益構造の違いに苦しむ。

⇒ 産地(製品にするための全部が揃う) 製品≠商品

⇒ 売れるか売れないかのリスクを背負ってない。

売れるものだけを小さく作れるD2Cが始まっている。

- ・ 県立大のエシカルな暮らし(エシカルなグッズをインスタで広告)
- ・ 播州織の小円さん(キャンプ用の火付け綿)