



岡崎ビジネスサポートセンター  
活動報告書

## 開設 **4** 年目の記録

2016年10月～2017年9月



## センター長挨拶



センター長 **秋元 祥治**

4年前、りぶらの総合カウンター裏の、ほんの小さなスペースで始まったオカBiz。当初はITやデザインアドバイザーもいない中で週4日、相談員も2人/日でしたが、開設してみると多くの方にお越しいただき、場所や人員も拡充してまいりました。約1年前からは月曜日も開設し、週5日相談を受けるなど、少しずつ体制を強化しています。

その結果、相談件数は2,500件/年を超え、年率15%前後で増加。ご迷惑をおかけしながらも、現状で1か月ほどお待ちをいただくなど皆様にご活用いただいていることに感謝申し上げます。

「売上があがった」「情報発信が進んだ」「新商品が生まれた」「創業できた」などのご報告をうかがうと嬉しい気持ちになる反面、より高いサポートを目指して、精進しなければと気の引きしめる思いです。

オカBizの運営は岡崎市役所、岡崎商工会議所の皆様の柔軟な対応や、民間事業者との連携を通じて強化が進んでいます。

5年目も1件1件の相談に心血を注いで、真剣に事業に取り組んでおられる皆様の売り上げUPをサポートできるよう努めてまいります。

## ■5年目のオカBizが重視していくこと

### 1. 売れる場所とのつなぎ役、販路拡大サポートの強化

地元百貨店や大規模小売店等への販路のつなぎ役として、バイヤーの紹介や催事のご案内をより強化します。また、全国のBiz型支援機関のネットワークを活用した販路拡大として、各施設がサポートした商品を集めた催事「Bizフェア」への商品出店サポートも進めております。より都市部へ、より多くの人に商品を販売できる機会を一緒に作ってまいります。

### 2. 創業支援の強化

岡崎商工会議所や日本政策金融公庫のご協力をいただき、創業したい方向けセミナーの内容を強化します。オカBizでの出張相談会や日本政策金融公庫岡崎支店内でのオカBizサポート商品のご紹介などを検討しています。新たな挑戦に取り組む方を増やし、オカBizに来たらいろんな相談ができ売れる場所を紹介してくれる。そんな存在になっていきたいと考えています。

### 3. 「まちゼミ」や市各種機関との連携強化

4年の取り組みの中でお知り合いになれた、まちゼミを始めとする市内の様々なまちづくりの取り組みや市役所内の様々な部署との連携を強化します。全国的に魅力ある岡崎づくりに貢献することで、お土産品としての販路拡大や販売量拡大を目指します。

### 4. 近隣Bizと連携した相談員の支援力強化

岐阜県関市のセキBiz、岐阜県大垣市のガキBizとの合同勉強会などを通じた相談員の支援力強化に努めます。富士市産業支援センターf-Bizをモデルに生まれた、自治体主導による常設型第一号がオカBiz。その後、この2～3年で全国各地に増加し、約20か所になりました。各地の相談所との連携を強化し、研修や支援力の増強につなげていきます。

# OKa-Biz 開設の背景・役割

岡崎市では市内商工業の活性化を図るため、補助金の交付やセミナーの開催などの支援を行ってきましたが、バブル崩壊、リーマンショックなどを要因とした長期にわたる景気の後退もあり、活性化への糸口が見いだせない状況でした。

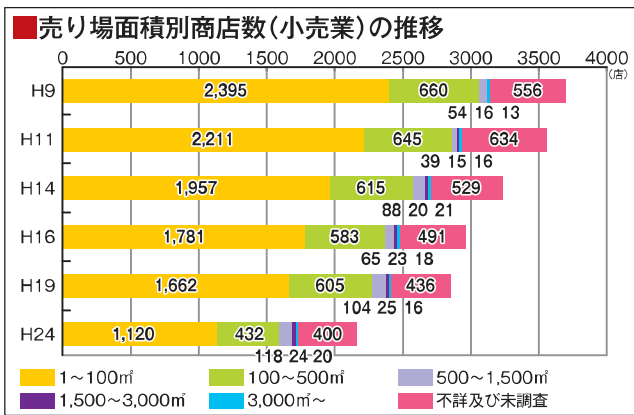
商業統計調査(平成19年)では、平成9年と比較し、年間商品販売額はほぼ横ばいではあるものの、経済センサス活動調査(平成24年)で商店数は約28%の減、従業者数は11%の減であり、売り場面積別で見ると、500㎡以上の商店数が75%増であるのに対し、500㎡未満は25%減であるなど、中小零細の商店が厳しい状況にあることがわかりました。

また、工業統計調査では、平成9年と平成24年の比較で、製造品出荷額は33%の増となる中で、事業所数は36%の減。さらに、規模別では、300人以上の大規模層はほぼ横ばいであるのに対し、4~19人の小規模層が30%減、20~299人の中規模層が12%減であるなど、中小零細の町工場が厳しい状況にあることがわかりました。

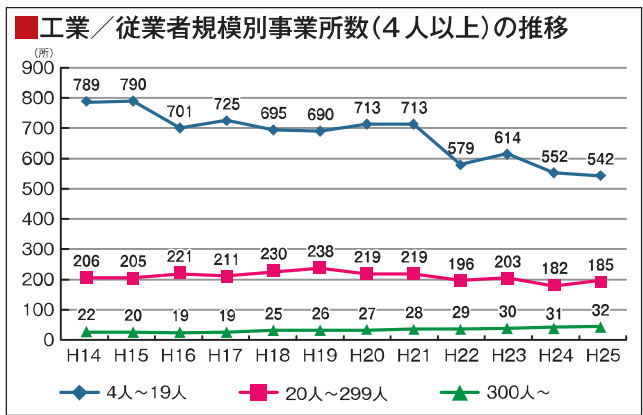
この状況を受け、衰退が顕著である中・小規模層に対して、市として新たな効果的支援策の検討を始めました。平成24年に市内経営者へのアンケート調査を行ったところ、ほぼすべての事業者が売上向上への課題を抱えており、さらに、課題を抱える事業者のうち約30%はどこにも相談できていないことを把握しました。これを受け、市としては、売上向上に課題を抱えている事業者を支援する施策の検討を始めました。

その中で、他市の成功事例として富士市産業支援センターf-Bizに注目しました。f-Bizでは、中小・小規模事業者の公的な無料相談所として、売上向上を重点的にサポートしており、年間相談件数が2,000件以上(現在は4,000件以上)という実績を出していました。本市としては、f-Bizセンター長の小出宗昭氏の協力を得て、f-Bizをモデルとした経営相談拠点の開設を目指すことにしました。

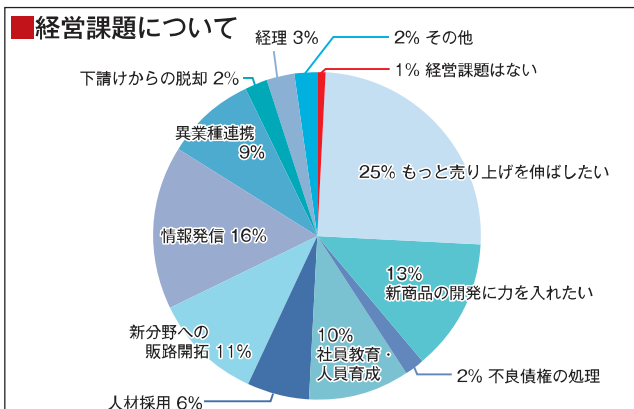
そして、平成25年10月、市内の産業支援機関などのサポートが一体となって提供できる拠点づくりが求められていたことも踏まえ、本市は商工会議所と連携して岡崎ビジネスサポートセンターOKa-Bizを開設し、事業者の相談機会の充実と支援機能の強化を図ることとしました。



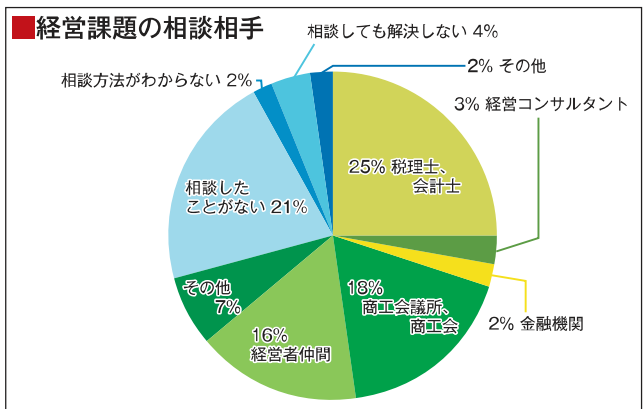
H24商業統計



H26工業統計



H24岡崎市商工労政課SBCB事業アンケート調査より



H24岡崎市商工労政課SBCB事業アンケート調査より

オカビズについて

## OKa-Biz の概要

(平成29年9月末現在)

### 体制

ビジネスコーディネーター 週5日 6名交代制

内 岡崎商工会議所派遣ビジネスコーディネーター2名

ITアドバイザー 毎週2.5日 3名交代制

デザインアドバイザー 週2日 2名担当曜日制

企画広報コーディネーター 常時3名

岡崎信用金庫派遣スタッフ 週2日 1名

### 相談日時

週5日 ※予約制 (水・日曜日を除く 10:00~16:30)

※予約受付は相談日の9:30~17:30

### 場所

図書館交流プラザ・りぶら2階

#### ■ビジネスコーディネーター



秋元祥治  
センター長



高嶋舞  
副センター長



高橋康友  
中小企業診断士



高木富美子  
中小企業診断士



江藤麻由  
中小企業診断士



松田広宣  
コピーライター

#### ■ITアドバイザー



水野桂輔



鈴木孝明



梅村良



稲波伸行



瀧口力

#### ■デザインアドバイザー

#### ■岡崎信用金庫 派遣スタッフ



近藤陽介

#### ■企画広報コーディネーター



松下睦美



飯田圭



武田真奈美

#### ■岡崎市経済振興部 商工労政課

神尾典彦 植山論  
近藤祐生 天野正徳  
晝田浩一郎 橋本拓哉

#### ■岡崎商工会議所

柴田浩志 和田紫野  
内田芳貴

## 連携機関

(平成29年9月末現在)

- 平成26年 1月 31日 ヤフーショッピングと業務連携
- 平成26年 5月 2日 岡崎信用金庫と連携の覚書締結
- 平成26年 8月 21日 株式会社アンズコミュニケーションズと連携の覚書締結
- 平成26年 9月 25日 株式会社日本政策金融公庫と業務連携の覚書締結
- 平成27年 3月 10日 蒲郡信用金庫、株式会社名古屋銀行と業務連携の覚書締結
- 平成27年 4月 21日 地域クラウドファンディングFAAVOを運営する株式会社サーチフィールド、株式会社ソーホージャパンと業務連携の覚書締結
- 平成27年 5月 7日 日本貿易振興機構（ジェトロ）と業務連携の覚書締結
- 平成27年 6月 16日 楽天株式会社と業務連携の覚書締結
- 平成27年 10月 30日 ランサーズ株式会社と業務連携の覚書締結
- 平成28年 1月 19日 株式会社ビズリーチと業務連携の覚書締結
- 平成28年 12月 1日 株式会社CAMPFIREと業務連携の覚書締結



(株)アンズコミュニケーションズ



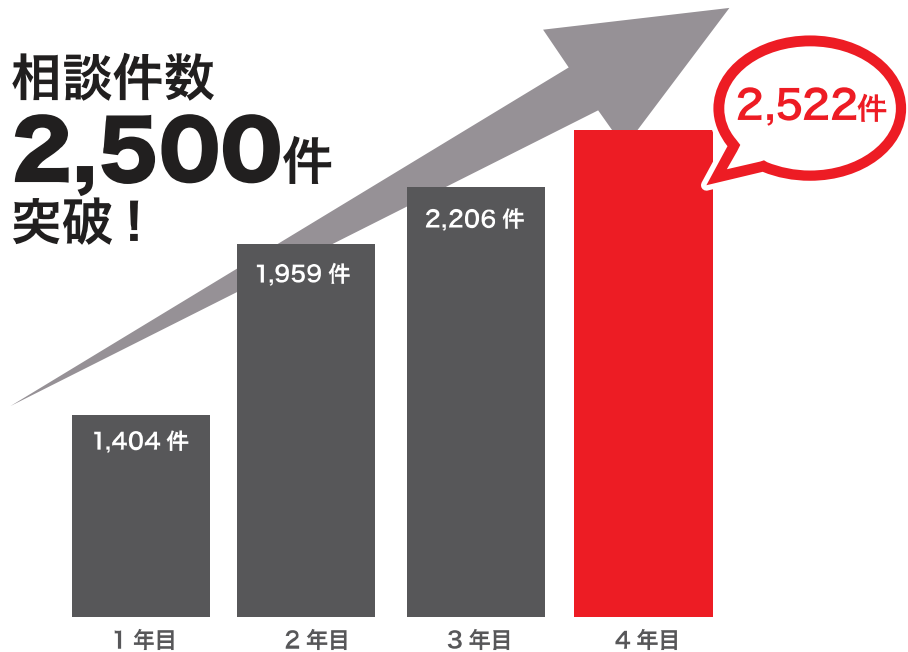
(株)サーチフィールド  
(株)ソーホージャパン



## 運営協力



## 年間相談件数



開設1年目から当初目標比230%となる1,404件を記録して以降、順調に実績を伸ばし、4年目はついに年間相談件数が2,500件を突破しました。繰り返しご相談にお越しいただく方や、ご利用いただいた方からのご紹介で新たにお越しいただく方が大変多く、地域の皆様にご活用いただいていると感じています。

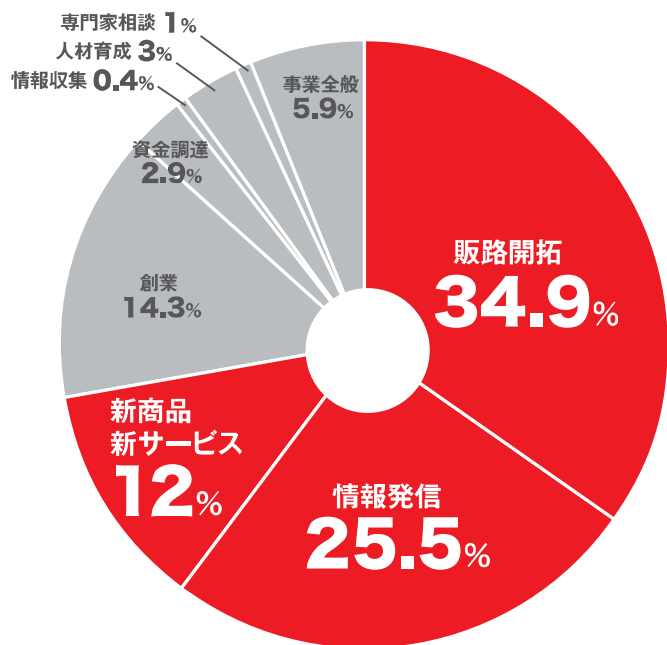
## 1日あたりの相談件数



# 10.1件/日

OKa-Bizでは、ビジネスコーディネーターと専門のアドバイザーが、交代制で相談対応を行っています。相談件数が増加してきたことから、開設4年目は相談日を週5日と前年より1日多く営業し、1日あたり平均で10.1件の相談をお受けしています。相談対応以外にも、相談員全員での打ち合わせ、アドバイスに必要な情報収集、調査等の準備や記録の作成などを行い、常に高いパフォーマンスの発揮に努めています。

## 内容別割合

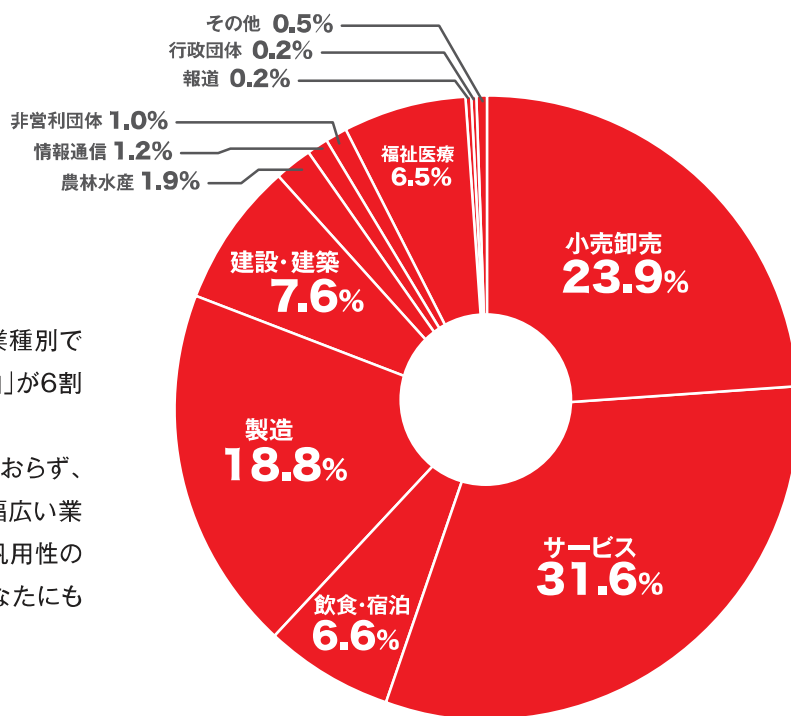


売上アップに関する相談

# 72.4%

販路開拓、情報発信、新商品や新サービス開発といった、中小企業の最大の課題＝「売上アップ」に対するサポートが提供できていると言えます。相談員の層を厚くし、創業や人材育成など様々な分野についてトータルにサポートできるのがOKa-Bizの強みです。

## 業種別割合



中小零細の商店による利用が多く、業種別では「小売卸売」「サービス」「飲食・宿泊」が6割以上を占めています。

利用対象を商工業者だけに限定しておらず、「農林水産」「情報通信」「団体」など幅広い業種の方にご利用いただいています。汎用性の高いBizモデル型相談所として、どなたにも活用される相談所になっています。

※Bizモデル型相談所についてはP21を参照。

4年目の実績

## リピート率

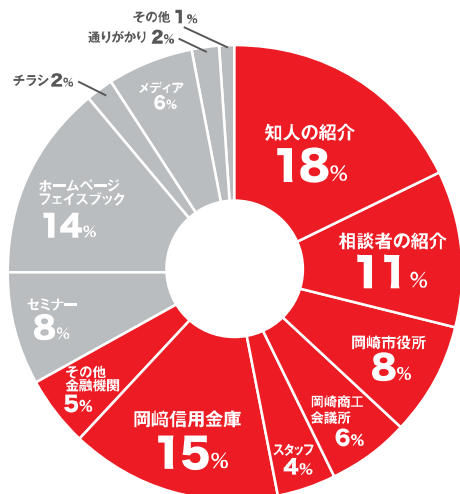


10人中 8人以上がリピート

# 86%

相談件数が年々増加する一方、リピート率は高い水準で維持されています。これは、新規の相談者を取り込みつつ、既存の相談者にも「役に立つ経営相談所」と評価されているからだと言えます。

## 相談のきっかけ



口コミからの新規割合

# 68%

新規相談者の約7割が、口コミをきっかけに相談にお越しいただいています。上記のリピート率と同様、相談者の期待を上回っていることを表す数字だと考えます。

## 視察件数



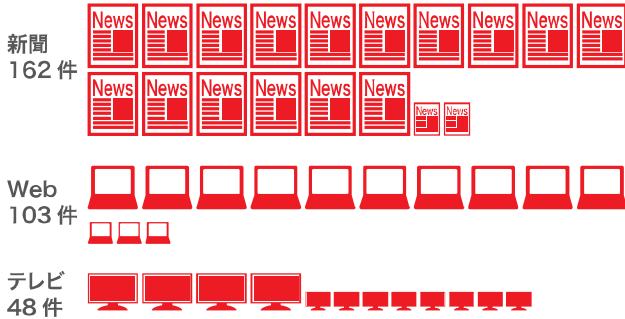
4年間の視察件数

# 143件

OKa-Bizは、中小企業庁や財務局、全国の市議会や市町村からの視察を受けています。開設から4年間で150件に迫る視察件数は、その高い実績を評価されているものだと考えています。



## メディア掲載数

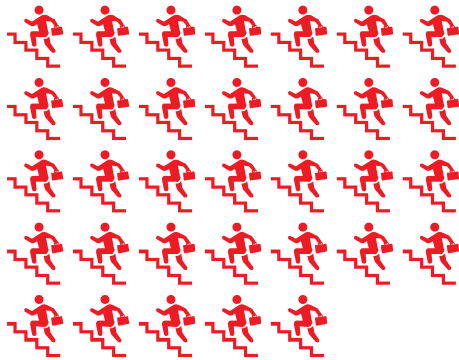


# 313件

広告費換算 **428,010,640円**

OKa-Bizや相談者の事業・商品が、全国区のテレビ番組や主要新聞等に多数取り上げられました。メディアの力を活かした中小企業の情報発信、販路開拓に貢献したと言えます。

## 創業支援件数



# 33件

創業件数は、1年目～3年目と同程度の高い水準を達成しました。中でも4年目は、女性による創業が4割を超え、女性起業支援を強化した成果の一端と言えます。

## 女性相談者の割合



10人中 約4人が女性相談者

# 37%

創業相談に占める女性の割合

# 41%

相談者の1/3以上を女性が占めています。特に、創業については、4割以上が女性からの相談です。OKa-Bizでは女性の相談員やスタッフを積極的に配置するなど、女性が相談しやすい環境づくりに努めているため、その取り組みが支持されたと考えられます。平成27年には内閣府「女性のチャレンジ支援賞」を受賞し、OKa-Bizの女性支援は国からも認められています。

## セミナー開催実績

事業者のチャレンジ意欲を喚起する“チャレンジセミナー”と  
売上アップにすぐ役立つノウハウ等を提供する“実践セミナー”を実施しています。

開催実績	参加人数	満足度平均
<b>14</b> 回	<b>862</b> 名	<b>86.6</b> 点

## 各界のトップランナーによるチャレンジセミナー / 実践セミナー

「僕らがニュースを変える」  
メディアリテラシー



**堀潤氏**

ジャーナリスト・キャスター

CAMPFIRE×OKa-Biz 連携記念  
家入氏の半生



**家入一真氏**

株式会社 CAMPFIRE 代表取締役

ビリギャル物語



**さやか氏**

ビリギャル / 小林さやか

ソマリアで大学院を作った  
男の挑戦



**税所篤快氏**

国際教育支援 NGO「e-Education」創業者

魅力的な求人作成



**佐藤和夫氏**

株式会社ビズリーチ

プレミアムフライデーに  
起業を考える



**正能茉優氏**

株式会社ハビキラ FACTORY 代表取締役  
ソニー株式会社 新商品企画担当

ブランド豚「みやじ豚」の奇跡  
(ブランディング、マーケティング)



**宮治勇輔氏**

株式会社みやじ豚 代表取締役社長

売れるネットショップ運営  
コミュニケーションの極意



**伊藤羊一氏**

ヤフー株式会社 コーポレート統括本部  
Yahoo!アカデミア本部長

その他、よろず支援拠点の相談員や、オカBiz相談員によるセミナーも実施(テーマ: プレスリリース、写真撮影、ブログ、創業など)。また、4年目はオカBizをご利用いただいている事業者の方を講師に迎えた写真講座も開催、好評でした。

## セミナー事例

# 需要が高まるネットショッピングの強化に 特化したセミナーを展開

大きな資金を投入することなく、今の体制をあまり変えずに、自社の努力で今の状況を打開していく方法として、ネット上での販売は商圏拡大の一つの手段になり得ます。そこで4年目は、これまで連携してきた大手ネットショップサイトとのさらなる連携強化や、ネット販売で重要となる写真撮影の個別相談を開始するなど、地域の中小企業がネット上での商品販売を強化できるようなサポートを展開しました。

### 3回連続 Yahoo! ネットショップ道場



通常、ヤフーが有料で展開をしているカリキュラムの一部を無料で公開いただき、OKa-Bizの通常の相談と連携することで、集中的な個店サポートをしました。売上を上げるコツ、売れている商店の事例、実際に重要となるお客様へのプレゼン術・コミュニケーション術を連続3回で学ぶ、豪華なプログラム。全国的に大変著名な伊藤羊一さんにもお越しいただき、大変充実したプログラムとなりました。30社が参加をし、実際にショップオープンを実現したり、売上が上がるような作りこみが可能になりました。

### 楽天コンサルタントによるネットショップ個別相談会

恒例となっている楽天コンサルタントによる個別相談会。今年も年間3回実施し計15社にご参加いただきました。実際にどこでショップを開くのかという相談から、文言の載せ方、よく売れる商品写真のあり方まで具体的なアドバイスをいただいています。業界のトップを走ってきた楽天の助言は、多くの事例や経験に基づいており、事業者の方にも大変好評です。



### 商品写真のクオリティアップを目指したサポート

ネットショップで大きなポイントとなる「写真」。事業者自身が商品の魅力的な写真を撮れるよう、重層的なサポートを展開しました。プロのカメラマンから光の当て方、構成など、簡単なコツを学ぶことで、具体的に商品写真が格段に良くなっている事業者さんが多数です。

● 写真撮影セミナー  
2回開催/のべ40社60名参加



● 個別撮影相談会  
3回開催/のべ15社参加



● 撮影機材貸出  
サポート



株式会社 渡辺米穀店

「米のブレンド技術」を見える化し、新規顧客を獲得

■設立：1914年 ■代表：渡辺正明 現在4代目・五ツ星お米マイスター ■社員：4名  
 ■事業内容：米穀の小売・仲卸販売

創業103年の米屋。工場給食や飲食店向けの卸が売上の大半を占める。  
 先方のニーズに合わせてブレンドを変えて販売している。



相談内容

ECや大型小売店の台頭、ライフスタイルの変化により米の売上が減少傾向。個人向け販売に力を入れたが売れない。

OKa-Bizの知恵

年間数百回も食べ比べする五ツ星お米マイスターの「米のブレンド技術」を見える化。

OKa-Bizサポート

●コンセプト提案：『お米のバー』

50種類以上の米からお客様の好み・要望に合わせて「おいしいブレンド米」をつくれる技術をバーテンダーに見立てて展開することで、一般的に低品質と思われるブレンド米のイメージを払拭。粘り、粒の大きさなどの好みを記入する『米(マイ)カルテ』も提案。

●ターゲット設定：おいしいごはんが食べられるなら金額はいとわない米好きの人

- 情報発信：◎プレスリリース…ブレンド力を『お米のバー』『お米のバーテンダー』と名付け発信  
 ◎ビジネスブログ…同コンセプトで日々のブレンドを発信

成果

新規顧客を獲得、既存顧客からもニーズを発掘、売上UPへ

- 販路開拓：自動車ですら30分かかる遠方のお客様など新規顧客を獲得。  
 既存顧客からも反響。
- メディア実績：中日新聞・朝日新聞・中部経済新聞  
 中京テレビ『キャッチ』・東海テレビ『みんなのニュースONE』  
 NHK『ほっとイブニング』『おはよう東海』・ミクスネットワーク



相談者の声：株式会社渡辺米穀店 店主 渡辺 正明さま



やれることがたくさんあることを気づかせてくれました。一番の進化は、強みに気づいて前向きになり、自分たちでも工夫するようになったこと。ブログの開設からネット販売、メディア対応まで手取り足取りサポートいただきました。さらに売上を伸ばせるよう精進してまいります。

株式会社 飯田樹脂

世相を捉えたママ目線の新商品に全国から注文が殺到

■設立：1998年7月1日 ■代表：飯田幹雄 ■社員：15名（うち女性10名）  
■事業内容：プラスチック加工

樹脂系の自動車部品メーカー。社員15名中10名が女性。  
3D加工技術を活かし、メモリアル身長計やオリジナルウェルカムボードなど  
BtoC事業もオーダーメイド受注生産で展開。



相談内容

女性社員によるオリジナル商品事業の売上を伸ばしたい。

OKa-Bizの知恵

高精度なプラスチック加工技術が活きる、トレンドをとらえた利用シーンの提案。

OKa-Bizサポート

●コンセプト提案：『名前の見えにくい名札』

誘拐などの犯罪防止のために、全国の小学校では登下校時に名札を外している。  
しかし、かばんの取り違いなど名札を外すことによる弊害も起きている。

●ターゲット設定：中学生までの子どもを持つ親、全国の保育園・幼稚園・小学校

●情報発信：『お名前かくれんぼ』という名前をつけて、プレスリリース。  
自社のブログやホームページでも発信。

成果

東京の保育園が卒園記念品に採用したり、書道セットを取り扱う会社が250個の大口注文をくれたりと注文や問い合わせ、喜びのメールが殺到。楽天ショップ経由のママからの注文もUP。会社売上として前年比260%を達成。

●販路開拓：全国の教育機関、保護者

●メディア実績：中日新聞、毎日新聞  
NHK「おはよう日本」・「ほっとイブニング」、日経CNBC、中京テレビ「キャッチ」、ミクスネットワーク、Yahoo!ニュース



相談者の声：株式会社飯田樹脂 専務取締役 山川 麻依さま



いつも自分たちにはない発想で提案してもらえるため、OKa-Bizに行くたびに「よし！こうしてみよう！」と前向きになれるものを持ち帰ることができます。企業がステップアップできる場、それがOKa-Bizだと思います。

有限会社 エンドレス

価値が最も伝わるターゲットを設定しBtoC展開に成功

■設立：1990年 ■代表：鈴木治  
■事業内容：自動車板金・塗装・磨き・コーティング

磨き一筋40年の職人がいる板金工場。某メーカーの工程・資材の研究開発アドバイザーも務め、提携工場にも指定されている。



相談内容

事故車の修理が中心だったが、技術の進歩により「ぶつからない車」が増えたことで売上減。  
どのように集客すればいいか。

OKa-Bizの知恵

ディーラーが手に負えない“オーロラマーク(磨き跡・ムラ)”に対応できる「磨きの技術」を、最も喜んでもらえる富裕層向けにサービス化。

OKa-Bizサポート

- コンセプト提案：『高級車専用の磨きサービス』
- ターゲット設定：高級車(特に黒塗り)に乗る男性経営者。車愛好者。
- 情報発信：
  - ◎プレスリリース…磨きの技術を『艶ブラック鏡面磨き』と名付け発信
  - ◎チラシデザイン…営業用チラシのデザインをサポート
  - ◎ビジネスブログ…日々の仕事を発信することで磨きの技術をアピール

成果

サービス開始以来10ヶ月で問い合わせ20件超！  
下記を受注(一部)

- ・タクシー会社の「花嫁用リムジン」の鏡面磨き
- ・スバルインプレッサのコーティング(豊橋から2時間かけてご来店)
- ・ヘッドランプ再生(岡崎市内から30分かけてご来店)
- ・近隣の会社の社長からボンネットの飛石キズの修理・コーティング

- 販路開拓：市内外の一般の方、タクシー会社など
- メディア実績：東海愛知新聞



相談者の声：有限会社エンドレス 代表 鈴木 治さま



わざわざ豊橋から2時間もかけて来てくださるお客様がいるなんて…40年やってますが一番嬉しかった出来事かもしれません。OKa-Bizと一緒に考えてくれるので心強いですね。他にないですよ、チラシやブログなんかも無料でサポートしてくれる場所なんて。もっとPRしなきゃいかんですよ！

アジアクリエイト株式会社

業界を絞って訴求することで販路拡大。海外から注文も。

■設立：1988年 ■代表：佐藤邦男 ■社員：29名  
 ■事業内容：各種安全体感教育装置の設計・製作・販売・レンタル・研修事業、  
 各種専用機、プラント装置の設計・製作・エンジニアリング事業  
 2012年より安全体感装置を販売。社内には研修センターも擁する。



相談内容

1件でも多くの労働災害を減らすために、安全体感装置の販路を拡大したい。

OKa-Bizの知恵

80種以上の安全体感装置の製作実績から、「業界ごとに特化した装置を製作できる」という強みを見出し、特定業界の専用商品として販売することを提案。

OKa-Bizサポート

- コンセプト提案：『〇〇業界専用の安全体感装置』
- ターゲット設定：「製造」や「建築」の現場など業界・シーンをしぼって最適な安全体感装置を提案
- 情報発信：◎プレスリリース…業界専用としたことで各業界の専門誌(紙)への情報提供が可能に。

成果

1年間で190台超の装置を受注。同装置を使って労働災害を疑似体験できる研修センターの年間受講者が倍増。

- 販路開拓：三河エリア外の企業からの注文増。海外からも。
- メディア実績：中部経済新聞、東海愛知新聞、労働新聞社



相談者の声：アジアクリエイト株式会社 代表取締役 佐藤 邦男さま



建設業界を次なる市場と見据え、オカビズさんの指導のもとインパクトのある専用パンフレットを作成、配信したところ、最近建設業向けの研修受講者が増えています！

株式会社イタヤ

コンセプトの再設計とビジネスマッチングで売上アップへ

■設立：1963年 ■代表：角谷雅子 ■社員：14名  
 ■事業内容：増改築・エクステリア工事、上下水道指定工事店、建築・左官材料販売  
 建材店として創業以来、半世紀以上にわたって地域に根差して、新築・リフォーム工事に留まらずより良い暮らしを提供し続けている。



相談内容

他業種から参入してきたリフォーム会社の台頭により、新規での新築・リフォーム案件が減っている

OKa-Bizの知恵

半世紀以上にわたる地域密着の“顔の見える”事業展開が強み。介護関連の専門家と連携し、高齢化する顧客の課題を解決する工務店というコンセプトを提案。

OKa-Bizサポート

- コンセプト提案：『介護生活支援隊(サポーター)』
- ターゲット設定：老いに備える60~70代、もしくはその世代を親に持つ30~40代
- マッチング：整理収納サービスなどを手がける株式会社アクションパワーと認知症専門のデイサービスを手がける有限会社デイサービス青空と連携し、「介護生活支援隊(サポーター)」を結成。
- 情報発信：
  - プレスリリース…一般紙へ情報提供
  - デザイン…新聞への折込チラシのデザインをサポート
  - ブログ…「介護生活支援隊」としてのブログ立ち上げ

成果

新規リフォームの受注に成功！家の片づけと連動し、リフォームの受注につながるなど連携による相乗効果を実感。  
 月平均20~25件のプチリフォームも。

- 販路開拓：「介護」にまつわる注文やプチリフォームの注文が増加
- メディア実績：中部経済新聞



相談者の声：株式会社イタヤ 代表取締役 角谷 雅子さま



自社では思いつかない切り口のアイデア。それを実現可能になるまで落とし込んでくれるサポート。私たちの相談に真剣に向き合ってくださいる真摯な姿勢。オカビズの皆さんには本当に感謝しています。



有限会社 ホタルヤ

強みが最も活きる市場へ新サービスを投入し顧客拡大

■創業：1951年 ■代表：大須賀予偲子 ■事業：写真スタジオ運営、出張撮影 ■社員3名  
職歴50年を超える姉妹カメラマン。デジタルカメラやスマートフォンの普及、大手フォトスタジオの台頭で経営が厳しく、廃業も考えている。

OKa-Bizの知恵

終活市場の拡大に着目し、ご本人が弱みだと思っていた「高齢であること」を強みに転換する「遺影の前撮り」というコンセプトを提案。

OKa-Bizサポート

- コンセプト提案：『遺影の前撮り』
- ターゲット設定：60~70代のアクティブシニア
- 情報発信：◎デザインサポート…サービスが一目でわかるチラシ制作を支援  
◎プレスリリース…記者目線でトレンドとターゲットをおさえた情報提供



**成果** サービス開始3ヶ月で同サービスの受注が15件。  
更に、家族写真の撮影など60~70代の新規顧客の大幅獲得に成功。  
●メディア実績：中日新聞

有限会社 デイサービス青空

専門家としての知識を直接、事業者が発信。利用者が満員に

■創業：2003年 ■代表：兵藤晃一 ■事業：認知症専門の地域密着型デイサービス  
岡崎市で単独型としては初となる認知症専門デイサービスを2店舗経営。稼働率を上げたい。基準を優に超える「利用者2人に対して職員1名」体制で運営。

OKa-Bizの知恵

基準の人員の倍の「利用者2人に対して職員1名」体制が同社の強み。両者にとってゆとりある環境である強みを明文化。ケアマネージャーではなく、直接「要介護者の家族」に発信。

OKa-Bizサポート

- ターゲット設定：要介護者のご家族
- 情報発信：◎ビジネスブログ…認知症専門の施設として、他施設との違いなどを発信  
◎企業理念…利用者の満足のために、まずは職員の働きやすさを実現し、本気で利用者満足度に取り組むことを宣言するため、企業理念の策定をサポート



**成果** 利用者が定員いっぱいになり、欠員待ちの状態に。市外・県外から要介護者のご家族・ケアマネージャーが見学に訪れる。「働きやすさ」「やりがい」を発信することで職員の採用にも成功。  
●メディア実績：中部経済新聞

カネリ尾崎食品有限会社

成果事例  
⑧

# トレンドを捉え利用シーンを提案する商品開発で販路拡大

■創業：1958年 ■代表：尾崎圭司  
 ■事業：佃煮製造卸、小売／干物・しらす・その他塩干物、乾物、珍味等の販売。  
 贈答品として使われてきたが売上がピーク時の2/3に。販路を拡大したい。

## OKa-Bizの知恵

「家飲み」人気を背景におつまみ市場が拡大していることに着目。東三河で唯一残る昔ながらの製法で作る佃煮を「ビール一杯分」に小分けして商品化することを提案。

## OKa-Bizサポート

- コンセプト提案：『家飲み用・ビール一杯分のプレミアムなおつまみ』
- ターゲット設定：家飲みをする30代
- 販路開拓：西武百貨店を紹介
- 情報発信：◎プレスリリース…「家飲み需要増加」のトレンドをおさえ、同社の伝統製法の魅力を「ビール専用おつまみ」として発信



**成果** 西武百貨店の酒類販売コーナーほか、西浦温泉「ホテル龍城」、三谷温泉「ホテル明山荘」の売店などで取扱い開始。

- メディア実績：中日新聞、中部経済新聞、アイデンティティ名古屋(web)

株式会社SUNコーポレーション

# 最も価値の伝わる市場へ商品を投入。星付き料亭からも受注

■創業：2014年 ■代表：小野修 ■社員3名  
 ■事業：ホンモロコの養殖 ※日本初の水槽での本格養殖  
 捕獲量が激減するホンモロコの養殖に成功。販路を拡大したい。

## OKa-Bizの知恵

「日本初の養殖」という希少性を活かしたPR戦略、「幻の高級魚」ホンモロコの価値が伝わる販売戦略を立案し、百貨店や高級料理店への商品投入を提案。

## OKa-Bizサポート

- ターゲット設定：料亭や高級レストラン、富裕層
- 販路開拓：ミシュランの星付きレストランなどをリサーチし営業をバックアップ
- 情報発信：◎プレスリリース…商品の希少性や「脱サラして養殖を始めた」相談者自身のストーリーを前面に押し出しPR  
 ◎デザイン…富裕層をターゲットにしたパッケージデザインのサポート



**成果** ミシュランレストランや星付き日本料理店「青山 もくち」への販路拡大のほか、岡崎市内の日本料理店など2~3件、名古屋市内の飲食店2~3件で商談進行中

- メディア実績：中部経済新聞



成果事例  
⑨

株式会社アルディ

# 強みを最大化するコンセプトで大型受注に成功

■設立：2007年 ■代表：首藤義弘  
 ■事業：現場用アルミ製仮設階段の製造・販売  
 障がい者施設と連携して製造・販売している防災用缶入りパンの販売を促進したい。

## OKa-Bizの知恵

「長期保存ができる」「小ロットでオリジナルラベルを作れる」という商品価値を最大化する「ご当地非常食」というコンセプトを考案し、「お土産」市場への商品投入を提案。

## OKa-Bizサポート

- コンセプト提案：『ご当地非常食』
- 販路開拓：営業戦略から立案。  
自治体、サービスエリア、道の駅へECショップの開設を支援。
- 情報発信：◎プレスリリース…日本初の商品としてPR戦略を立案



**成果** JAあいち豊田とJAぎふから2,000万円超の受注。  
西武百貨店や刈谷ハイウェイオアシスなどへ販路も拡大。

NPO法人ハートフルフレンズ

# 季節商品を市場投入し注目を集め、ネットショップに集客

■創業：2004年 ■事業：障がい者の就労支援  
クッキー、ケーキなどを販売。収入を増やし、工賃をアップしたい。

## OKa-Bizの知恵

バレンタイン/ホワイトデー限定商品を市場投入し、国産の自然素材をつかった品質・安全性や、切って焼くだけの手軽さをPRすることを提案。

## OKa-Bizサポート

- シーンの提案：バレンタインデー/ホワイトデー
- 情報発信：◎ビジネスブログ…商品のこだわりや用途（ホームパーティ、子どもとの手作りなど）を発信  
◎プレスリリース…バレンタインデー/ホワイトデーシーズンの手作りニーズに応える商品として市場投入



**成果** イベント出店時の売り上げがUP。  
ネット販売のリピーターも獲得した。

- メディア実績：中日新聞

## 強みを活かしたメディア戦略で創業、大口顧客と取引開始

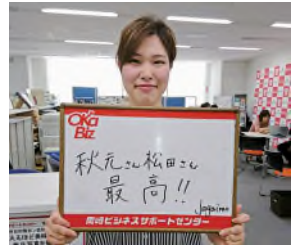
■創業：2017年 ■代表：神谷菜月 ■社員：1名  
 ■事業：防災備蓄用水なしシャンプー・ボディシャンプーの販売  
 大学生の姉、高校生の妹、大学生の従姉妹の3名で創業したい。美容院や化粧品メーカーを運営する父の被災地支援がきっかけ。

### OKa-Bizの知恵

本人たちが気づいていなかった「女子大生/女子高生が起業」という話題性を前面に出したPRで、創業資金をクラウドファンディングで募ることを提案。

### OKa-Bizサポート

- コンセプト提案：『女子大生 / 女子高生社長 × 防災』
- 資金調達：クラウドファンディング(CAMPFIRE)の設計・文章サポート
- 販路開拓：水なしシャンプーの新たな利用シーンとして介護業界を提案
- 情報発信：◎プレスリリース…人物を前面に出したPR戦略で各紙へ



**成果** 108万1,000円の資金調達に成功し、創業。顧客獲得に成功。

- 販路開拓：ドラッグストアを運営する大手企業ほか数社と取引開始。  
毎月安定した売上が見込める状況になり、事業が軌道に。
- メディア実績：中日新聞ほか4紙、ミクスネットワーク、CBCラジオ

## 社会貢献性・共感性の高さを活かしたPRで開業資金を調達

■創業：2017年(カフェの開業) ■代表：佐藤美香  
 ■事業：強制売春に苦しむネパール・バディ族の少女(バディガール)の救出・支援  
 バディガールの現状を知ってもらい、コーヒー豆の販売などを通じて彼女たちを支援するカフェを開業したい。

### OKa-Bizの知恵

「強制売春に苦しむ少女を救う」という社会貢献性、「少女と同世代のママが始める」という共感性を活かしたPR戦略・クラウドファンディングによる資金調達を提案

### OKa-Bizサポート

- 資金調達：クラウドファンディング(CAMPFIRE)の設計・文章サポート
- 情報発信：◎プレスリリース…社会貢献性・共感性を活かしたPR戦略でクラウドファンディングのプロジェクト開始、オープンイベントの告知を後押し  
◎デザイン…地域住民への見せ方をサポート



**成果** 新聞に大きく取り上げられクラウドファンディングの支援増に貢献。  
 カフェオープン後の遠方からの来客、珈琲豆の注文にもつながった。

- メディア実績：朝日新聞、読売新聞、中日新聞、東海愛知新聞、毎日新聞、中部経済新聞



サントスピリト

なじみがない料理の魅力を言語化、創業3ヶ月で予約あふれる店に

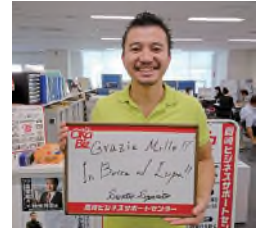
■創業：2017年 ■代表：伊藤弘基 ■社員2名  
 ■事業：イタリア・トスカーナ料理のレストラン  
 岡崎市内でトスカーナ料理のレストランを開業したい。情報発信や集客について相談したい。

OKa-Bizの知恵

「トスカーナ料理」を「肉にこだわった骨太なイタリアン」とわかりやすく伝えるとともに、イタリア修行に裏打ちされた店のこだわりなどの発信を提案。

OKa-Bizサポート

- コンセプト提案：『トスカーナ料理 = 肉にこだわった骨太なイタリアン』
- 情報発信：◎HP・ブログ…魅力をわかりやすく伝える発信のサポート



**成果** 口コミ、ブログ、HPでの集客に成功。リピーター率も来店頻度も高く、ランチ・ディナーともに予約で埋まることもある状態に。普段は名古屋で食事をする層が多く来店しており、当初予定していた客単価の1.5倍を実現。オープン当初から売上目標を達成。

- メディア実績：アイデンティティ名古屋(web)

翔園

確かな実績・技術を情報発信により「見える化」し日商アップ

■創業：2016年 ■代表：松下智己 ■社員2名  
 ■事業：中国料理店の運営  
 2016年4月に開店したが、認知度が低く集客に課題を抱えている。

OKa-Bizの知恵

本人が当たり前だと思っていたセールスポイントを軸に、集客方法を提案。29年間のホテル勤務(ホテルニューオータニ大阪、名古屋マリオットアソシアホテル等)で培った技術、素材へのこだわりなどをブログで発信へ。

OKa-Bizサポート

- 情報発信：◎ビジネスブログ…「切り方によってネギの味が変わる」など培ってこられた技術や店のこだわりなどを「見える化」できるように記事の書き方をサポート。  
 ◎店舗内の掲示…経歴などを明文化し、掲示することで、強みを裏付け、発信。



**成果** ・相談前より新規顧客数/客単価が増加し、1日あたりの売上がUP  
 ・90%以上がリピーターとなり、友人を連れてきてくれる方も多数。

- メディア実績：東海愛知新聞

全国のBizモデル型相談所

**[金融機関]**

2014年5月～

琉球銀行

コンサルティング営業部  
Ryu-Biz(リュウビス)

**[金融機関]**

2009年10月～

巢鴨信用金庫

すがも事業創造センター  
S-Biz(エスビス)

連携

東京都豊島区

2010年4月～

としまビジネスサポートセンター

東京都練馬区

2014年4月～

練馬ビジネスサポートセンター

■全国に広がるBizモデル

Bizモデルとは、2008年に開設した静岡県富士市の富士市産業支援センター「f-Biz(エフビス)」をモデルにした中小企業支援の取り組み。f-Bizは政府の概算要求にて具体的な名前が挙げられるなど国からの注目度も高く、売上アップに特化した無料のコンサルティングは「地方創生の切り札」として全国の自治体が熱視線を送る。他地域展開第1号として2013年に開設したOKa-Bizの成功により汎用性が実証されたことを受け、導入を検討する自治体が一挙に増加。現在、各地に「〇〇Biz」が開設されており、2018年に開設を控える岐阜県大垣市、北海道釧路市、熊本県人吉市を含めると全国20拠点となる(2017年9月)。その他にも既に導入を決定している自治体が複数あることから、今後もBizモデルの全国展開がさらに加速することが予想される。

北海道から九州まで全16自治体に拡大(2017年秋時点)

2008年8月 静岡県富士市 富士市産業支援センター <b>f-Biz(エフビス)</b>	2013年10月 愛知県岡崎市 岡崎ビジネスサポートセンター <b>OKa-Biz(オカビス)</b>	
2015年4月 熊本県天草市 天草市起業創業・中小企業支援センター <b>Ama-biz(アマビス)</b>	2016年7月 長崎県新上五島町 新上五島町産業サポートセンター <b>Sima-Biz(シマビス)</b>	2016年7月 静岡県裾野市 裾野市中小企業相談事業 <b>Suso-biz(スソビス)</b>
2016年7月 岐阜県関市 関市ビジネスサポートセンター <b>Seki-Biz(セキビス)</b>	2016年12月 広島県福山市 福山ビジネスサポートセンター <b>Fuku-Biz(フクビス)</b>	2017年1月 宮崎県日向市 日向市産業支援センター <b>ひむか-Biz(ひむかビス)</b>
2017年2月 大阪府大東市 大東ビジネス創造センター <b>D-Biz(ディービス)</b>	2017年3月 福岡県直方市 直轄ビジネス支援センター <b>N-biz(エヌビス)</b>	2017年7月 長崎県大村市 大村市産業支援センター <b>O-biz(オービス)</b>
2017年8月 長崎県壱岐市 壱岐しごとサポートセンター <b>Iki-Biz(イキビス)</b>	2017年秋 静岡県熱海市 センター長新規就任 熱海市チャレンジ応援センター <b>A-biz(エービス)</b>	OPEN 予定 2017年12月 島根県邑南町 邑南町しごとづくりセンター <b>おおなん-Biz</b>
OPEN 予定 2018年1月 京都府福知山市 福知山産業支援センター <b>ドッコイセ! -Biz(仮称)</b>	新規スタート 予定 2018年2月 千葉県木更津市 木更津市産業・創業支援センター <b>らづ-Biz(仮称)</b>	

## OKa-Biz4周年に寄せて

OKa-Bizが4周年を迎える。企業からの相談持ち込みは、開設前は年間600件程度を想定していたところが、年々増加し2017年には2,500件、累計で8,000件近くになる見通しだという。

そもそも企業経営者はヒマではない。「行って良かった、役に立った」という口コミが、経営者の実感を込めて地元の企業社会に広まっていなければ、年々相談が増えることなどありえない。ましてや想定定の4倍以上になろうとは。OKa-Bizの非凡さが全国に輝くゆえんである。

それにしても相談が営業日当たり10件超とは、話を聴くだけでも凄まじい業務量だ。しかもそれからコンサルテーションをし、経営改善や新分野進出にまで随伴するわけで、スタッフの多忙さは、言語に絶するのではないか。若いエネルギーで何とかこなしているのだろうが、それもこれも、岐阜で多年G-netを運営し、地元の中小零細企業に「経営者の“右腕”となるような学生インターン」を送り込んで来た秋元氏が、運営の中心にいるからこそだろう。

その秋元氏を岡崎にスカウトしてきたのが、OKa-Bizのモデルたるf-Bizを、静岡県富士市で運営している小出氏だ。わが国のインキュベーション事業草創期から、全国に先駆け静岡市で他の追随を許さぬ実績を上げていたこの大先輩に、偶然新幹線の中でお会いして「富士市で新たに事業を立ち上げる」とお聞きしたとき、不肖私は「なぜ富士に？」と思ったものだ。だがその後のf-Bizの破竹の実績を見て、己の理解の浅さを恥じることとなる。「よく手入れされたヒノキの森には、ヒノキの下に低木と下草が豊かに茂っている」というのご存じだろうか。私には「大手製紙会社の企業城下町」としか見えていなかった富士市には、下請けをしつつ実は新たな事業の種を宿している地場中小零細企業群が、大量に存在していたのだ。

ということで、これまた多年のお付き合いのある秋元氏から、「岐阜から岡崎に主たる活動舞台を移す」と聞いた時、今度は瞬時に理解できた。トヨタや三菱を頂点にした一大自動車産業拠点の只中にある岡崎には、さぞや膨大な数の新事業の芽が、これまでは掘り起こし育てる人もないままに埋まっているのだろうと。一度掘り起こし始めると、とんでもないことになるだろう、とも。

時代は構造的な人手不足の最中にある。原因は景気ではなく少子化なので、向こう数十年は事態が緩和されることはない。ますます貴重になる人材をいかに育てるか。人材を活かせる経営者をいかに増やすか。f-Biz そしてOKa-Bizの使命は尽きず、挑戦は止むことはない。ご関係者は、どうかご健康だけには気を付けつつ、突き進んでほしい。



もたに こうすけ  
藻谷 浩介 氏 (株)日本総合研究所 主席研究員

山口県生まれの53歳。平成合併前3,200市町村のすべて、海外90ヶ国を自費で訪問し、地域特性を多面的に把握。地域振興や人口成熟問題に関し精力的に研究・著作・講演を行う。2012年より現職。近著にデフレの正体、里山資本主義 (共に角川Oneテーマ21)、金融緩和の罠 (集英社新書)、しなやかな日本列島のつくりかた、和の国富論、観光立国の正体 (共に新潮社)、日本の大問題 (中央公論新社)。



## 岡崎ビジネス サポートセンターOKa-Biz

愛知県岡崎市康生通西4丁目71番地  
岡崎市図書館交流プラザ・りぶら2F

〈TEL〉0564-26-2231

〈FAX〉0564-26-2232

〈Mail〉info@oka-biz.net

〈URL〉http://www.oka-biz.net

(運営：岡崎市・岡崎商工会議所／協力：岡崎市六ツ美商工会、岡崎市ぬかた商工会)

発行：平成30年3月（第1版）