



岡崎ビジネスサポートセンター OKa-Biz

活動報告書

開設 **2** 年目の記録

2014年10月～2015年9月

OKa Biz

OKa-Bizについて	1
2年間の歩み	6
2年目の実績	7
セミナー開催実績	10
成果事例	11
相談者の声	20
OKa-Bizへの評価	21

センター長挨拶

岡崎ビジネスサポートセンター・OKa-Bizは、市、商工会議所をはじめとする関係の皆様、何よりご利用いただいている相談者の皆様に支えていただき、2周年をむかえることができました。この場を借りて厚く御礼申し上げます。また開設当初よりモデルとしてきた富士市産業支援センター・f-Bizの小出宗昭センター長はじめスタッフの皆様のお導きもなくてはならないものでした。

2年目の相談件数は1,959件(目標比327%)、リピート相談者の割合が80%にのぼるなど、1年目以上に多くの相談者から高評価を得ることができました。この状況に全国からもご注目を頂き、6月には首相官邸で総理大臣・男女共同参画担当大臣の列席される中での表彰を賜りました。また、9月14日に開催した2周年記念シンポジウムには、中小企業庁長官の豊永厚志様にもご登壇を頂きました。多くのご注目とご支持を頂戴し、こうして3年目がスタートできていることに心から感謝いたします。

f-Bizをモデルに中小企業庁が2014年6月に整備した全国47都道府県に広がるよろず支援拠点事業においても、全国本部アドバイザーボードに任命を頂き、選定や研修を担当させていただいています。加えて、15年4月に開設した熊本県天草市のAma-biZ(天草市起業創業・中小企業支援センター)を皮切りに、16年度には全国数都市でf-BizやOKa-Bizをモデルにした取り組みが生まれていくとのこと。岡崎市内の皆様はもとより、こうして多くの方々のお役に立つべく身の引き締まる思いです。

スタートの勢いそのままに走り切った1年目、そして真価が問われた2年目。1年目以上に多くの事業主のお役に立ち、売上アップの事例を生み出すことができたのではないかと感じています。多数の相談お申し込みをいただく中で1ヶ月を越える相談待ち状態となったこともありました。

3年目にむけて、体制の強化をはかり、より多くの方々に、より使い勝手よく成果を出せる相談所を目指していきます。もちろんここまでの成果に慢心せず、地域の中小事業者・起業家の売上アップにもっともっと貢献していけるよう、これからもより一層のチャレンジを重ねていこうと、気持ちを新たにしています。

これからもどうぞよろしく申し上げます。



岡崎ビジネスサポートセンターOKa-Biz
センター長 **秋元 祥治**

OKa-Bizのミッション 「きく」「みつける」「ささえる」

中小企業等の売上アップに特化したサポートを提供します。

OKa-Bizは、堅実に努力する岡崎の個人や企業に光を当て、より輝けるよう応援する産業支援拠点です。
「きく」「みつける」「ささえる」をテーマに、あなたのチャレンジをホンキでサポートします。

きく

「売上を伸ばしたい」「新しいことをしたい」と思い立った時点で相談をお聞きします。
業種に関係なく、あらゆる事業の相談にお応えします。

みつ
ける

「売上が伸びない」課題や強みは自分では分かりづらいもの。
あなたにしっかりと向き合い、課題や強みを見つけ、何をしたらいいかを明らかにします。

ささ
える

相談を聞くだけでは終わらせません。皆さんと同じ目線で、親身に、
前向きな解決策を一緒に考え、あなたのチャレンジをサポートし続けます。

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出せない状況でした。

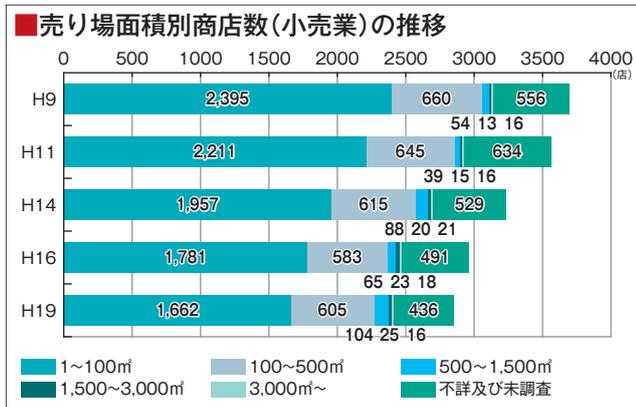
商業統計調査(平成19年)では、平成9年と比較し、年間商品販売額はほぼ横ばいではあるものの、商店数は約28%の減、従業者数は11%の減であり、売り場面積別で見ると、500㎡以上の商店数が75%増であるのに対し、500㎡未満は25%減であるなど、中小零細の商店が厳しい状況にあることがわかりました。

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%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。

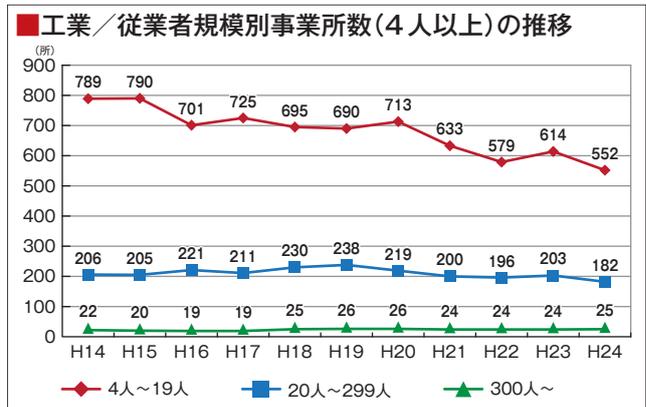
この状況を受け、衰退が顕著である小・中規模層に対して、市として新たな効果的支援策の実施に向けて調査を開始しました。平成24年に市内経営者へのアンケート調査を行ったところ、ほぼすべての事業者が売上向上への課題を抱えており、さらに、課題を抱える事業者のうち約30%はどこにも相談できていないことを把握しました。これを受け、市としては、売上向上に課題を抱えている業者を支援する施策の検討を始めました。

検討の結果、他市の成功事例として、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(平成27年度は、4,000件以上)という実績を出していた、富士市産業支援センターf-Bizに注目し、本市は、f-Bizセンター長の小出宗昭氏のご協力を得て、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。

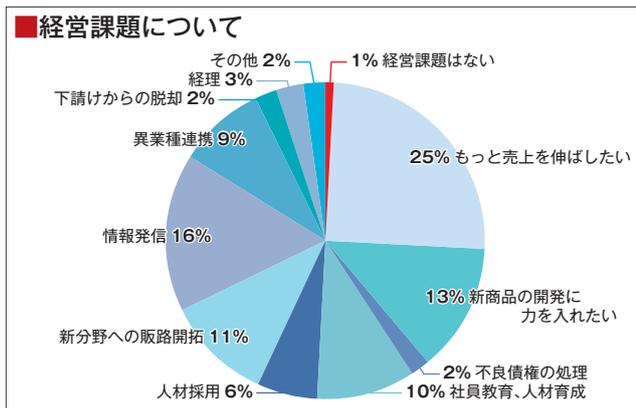
そして平成25年10月、市内の産業支援機関などのサポートが一体となって提供できる拠点づくりが求められていたことも踏まえ、本市は商工会議所と連携して岡崎ビジネスサポートセンターを開設し、事業者の相談機会の充実と支援機能の強化を図ることとしました。



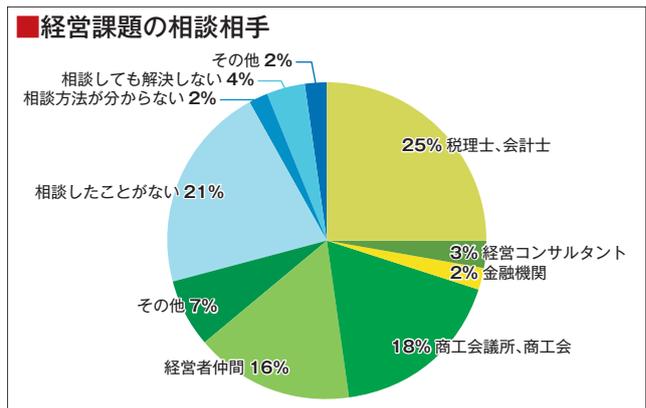
H19商業統計



H25工業統計



H24岡崎市SBCB事業アンケート調査



H24岡崎市SBCB事業アンケート調査

OKa-Bizの概要

体制

ビジネスコーディネーター 週4日 常時2.5名体制

○岡崎市派遣ビジネスコーディネーター3名

○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 週2.5日 3名交代制

デザインアドバイザー 週2日 2名交代制

企画広報コーディネーター

岡崎信用金庫派遣スタッフ 週2日 1名

相談日時

週4日 ※予約制(毎週火・木・金・土曜日 10:00～16:30)

※予約受付は水・日曜日を除く 9:30～17:00(12:00～13:00を除く)

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

■ITアドバイザー



水野桂輔



鈴木孝明



梅村良

■デザインアドバイザー



稲波伸行



瀧口力

■企画広報 コーディネーター



堀部優規子

■岡崎信用金庫派遣スタッフ



貝吹彰則



伊藤誠

■岡崎市経済振興部商工労政課

神尾典彦 宮本佳久 杉浦亮
加藤史朗 晝田浩一郎

■岡崎商工会議所中小企業相談所

杉浦昌幸 柴田浩志 今泉明美

OKa-Bizについて



連携機関 (平成27年9月末現在)



JETRO

日本貿易振興機構(ジェトロ)
(独)日本貿易振興機構 名古屋貿易情報センター



ヤフーショッピング



(株)アンズコミュニケーションズ



楽天(株)



(株)サーチフィールド
(株)ソーホージャパン

運営協力



2年間の歩み



OKa-Biz年表

平成25年10月1日 岡崎市と岡崎商工会議所が共同で開設

平成26年1月28日 広報担当特別コーディネーターに「オカザえもん」が就任

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2月 創業応援月間の開催

平成26年3月20日 岡崎市創業支援事業計画が国の第一号認定

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7月11日 女性応援大使に「あいち戦国姫隊」と「『葵』武将隊の小松姫」が就任

平成26年8月21日 (株)アンス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)日本政策金融公庫と業務連携の覚書締結

平成26年10月 開設1周年記念セミナー・シンポジウム
開催



平成26年12月 デザインアドバイザー加入

平成27年1月~2月 創業塾開催

平成27年3月 女性相談員拡充

平成27年3月10日 蒲郡信用金庫、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)サーチフィールド、(株)ソーホージャパンと
業務連携の覚書締結



平成27年5月 ITアドバイザー相談枠拡充、HPリニューアル

平成27年5月7日 日本貿易振興機構(ジェトロ)名古屋貿易情報センター
との業務連携の覚書締結



平成27年6月16日 楽天(株)と業務連携の覚書締結



平成27年6月24日 内閣府「女性のチャレンジ支援賞」受賞



平成27年6月 月間相談件数200件を突破

平成27年9月14日 開設2周年記念シンポジウム開催

中小企業庁長官 豊永厚志氏 OKa-Biz 視察



2年目の実績〈相談件数〉

(2014年10月～2015年9月)



1年目 **1,404件**

2年目 **1,959件**
週5日換算すると2,449件

開設1年目の相談件数は、1,404件で週5日換算すると1,755件でしたが、2年目の相談件数は1,959件、週5日換算すると2,449件で、順調に実績を上げています。全国47か所のよろず支援拠点(H26.6開設)の1年間の平均値は1,061件(よろず支援拠点全国本部HPより)であり、OKa-Bizはその約2.3倍にあたる件数で、都道府県単位の相談所と比較しても突出した相談件数を誇っています。

1年目 **2.3倍**

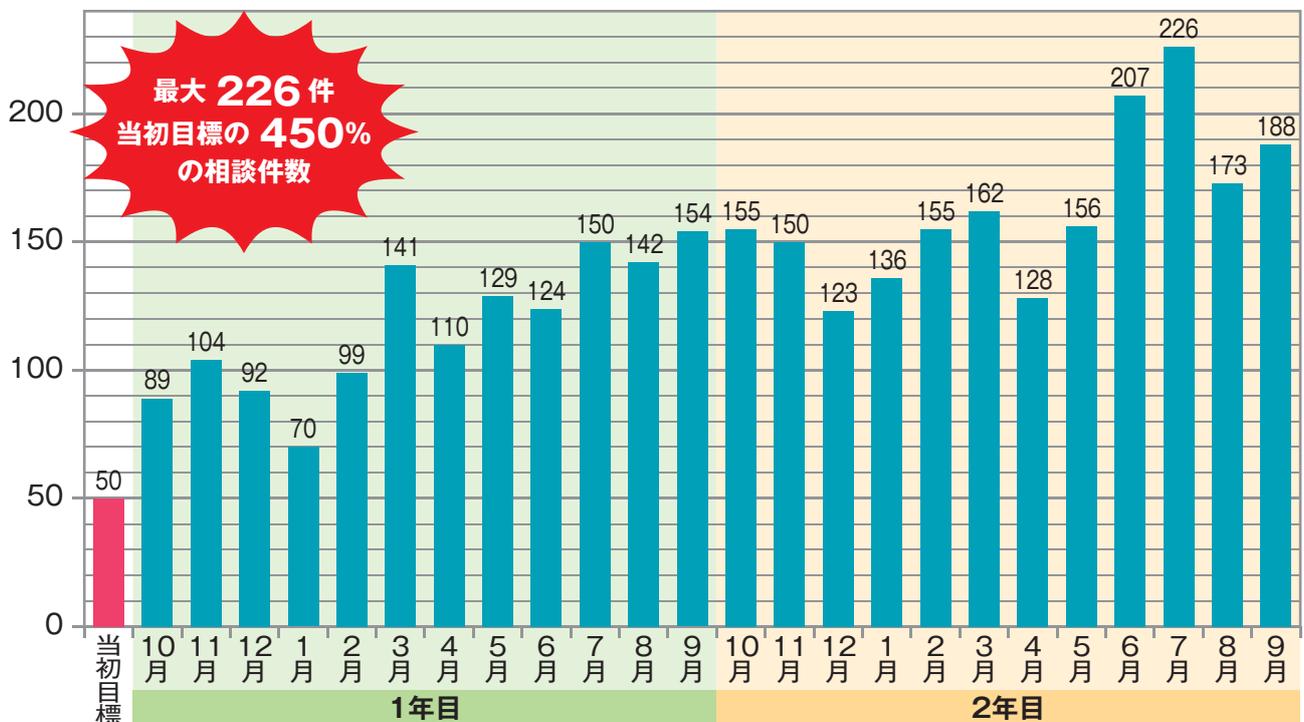
2年目 **当初目標比 3.3倍**

岡崎市が近隣の公的な中小企業経営相談所の相談件数を調査したところ、月に平均で約50件であったことから、開設当初の目標相談件数を月50件と設定しました。しかし、実績や知名度のない開設1年目でも当初目標比の2.3倍、2年目は着実に実績を重ねたことを評価され3.3倍と、2年続けて高い実績を残しています。

1年目 **7.1件/日**

2年目 **10.0件/日**

OKa-Bizは、ビジネスコーディネーターが2～3名、曜日により専門アドバイザーが相談に対応しています。1年目は1日あたり7.1件、2年目は10.0件の相談が寄せられており、相談スペースが不足する日も多くあります。相談以外にも、相談員全体での打合せ、アドバイスに必要な情報収集、調査等の相談準備や記録の作成などの時間が必要であり、相談員は常に高いパフォーマンスを発揮しています。



※年末年始・GW・8月は相談日が少ない

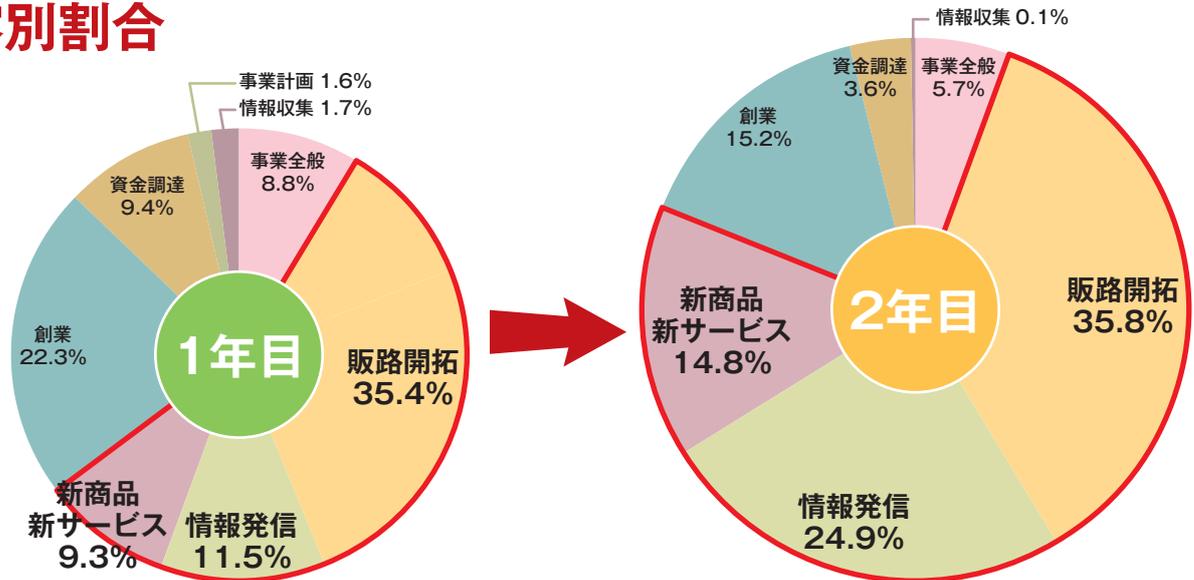
相談者の多くがリピーターとなり、かつ、口コミを中心に新規相談が月に30件以上入るなど、開設から時間が経つにつれて相談件数が増加し、予約しても場合によっては相談が1か月以上先になるなど「行列のできる相談所」になっています。そのため、相談員を増員するなど体制の強化を図っています。

2年目の実績〈内容別・業種別〉

(2014年10月～2015年9月)

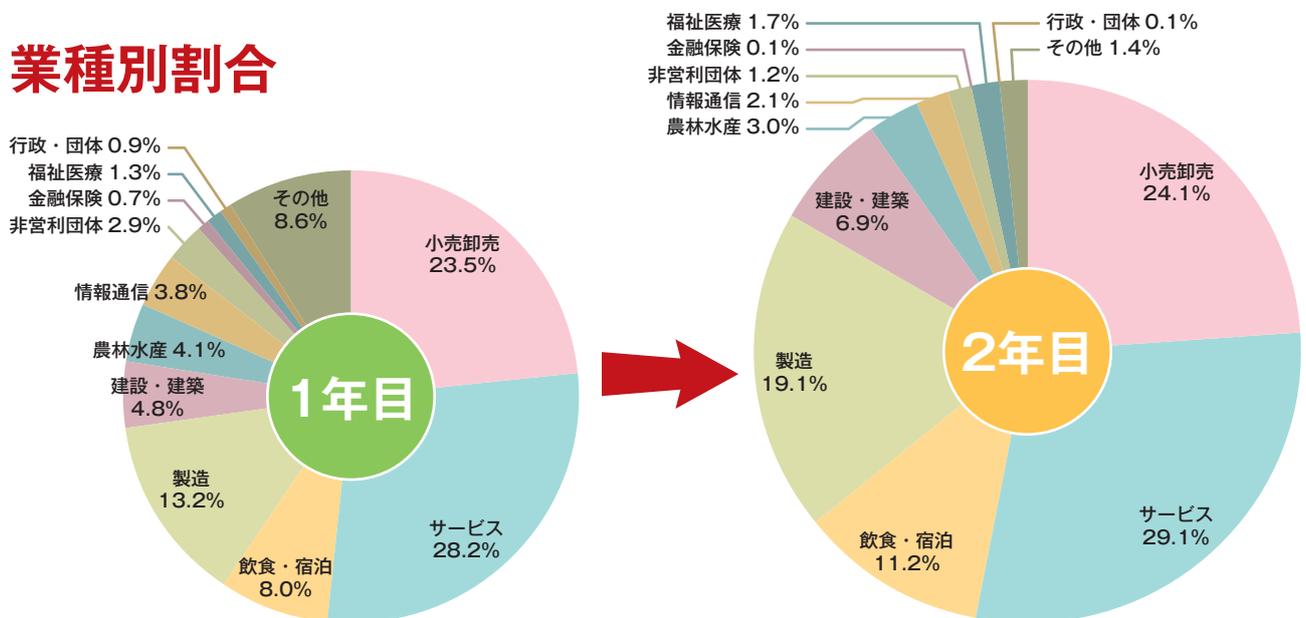


内容別割合



- 販路開拓、情報発信、新サービス・新サービスといった売上アップに関する相談が、75.5%となり、1年目と比較してさらに上昇しており、中小企業の最大の課題である「売上アップ」に対するサポートが継続して提供できており、OKa-Bizの強みに特化した相談が実施できているといえます。
- 創業の相談件数は298件(15.2%)と、1年目と同様に高い数値であり、既存事業者に加え、創業を考えているかたにも支持を集めています。補助金申請ではなく、より具体的な事業内容に関する相談が増えてきています。

業種別割合



- 中小零細の商店の利用が多く、業種別では「小売卸売」「サービス」「飲食・宿泊」で64%を超え、1年目以上の割合になっています。
- 「製造」については、相談件数が増加しており、市内事業所に占める構成割合(11.5%)を大きく超える19.1%となっています。
- OKa-Bizは、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」など、幅広い業種から利用されており、今後もその傾向が続くものと考えられます。

2年目の実績

(2014年10月~2015年9月)



1年目

73%

2年目

82%

●相談に占めるリピーター割合

経営相談所であっても人気のある飲食店と同様、有益だと判断されれば何度も利用したくなるものと考えられるため、リピート率が高い水準で維持されているという状況は、相談者のニーズに十分応えているといえます。

1年目

77%

2年目

77%

●口コミからの新規割合

新規相談者の8割近くが口コミからの相談であり、1年目と同じ数字を残しています。上記のリピーター割合と同様、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。

1年目

34件

2年目

42件

●視察件数

OKa-Bizは、北は北海道、南は九州まで、中小企業庁などの機関をはじめ、全国の市議会や市町村からの視察を受けています。開設1年目は新規事業として注目され、2年目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。

1年目

101件

2年目

164件

(広告費換算金額9,860万641円)

●メディア掲載数

新聞、テレビ、雑誌などのメディアにおいて、3日に1回以上はOKa-Biz関連の記事等が掲載されています。うち半分以上が相談者(企業等)の記事であり、中小企業の販路開拓、情報発信に貢献し、成果を上げていることの表れです。

1年目

34件

2年目

34件

●創業件数

創業件数は、1年目と同様、高い水準を達成しました。引き続き、連携機関と協力し、創業支援を拡充していきます。

1年目

125人

2年目

136人

●創業の雇用創出効果

創業1件あたりで平均4.0人※の雇用創出につながります。市内に企業誘致をした場合と遜色のない雇用創出効果があると考えています。

※日本政策金融公庫「2015新規開業白書」開業時の従業者数より
1年目の創業1件あたりの従業員数は、3.7人
(日本政策金融公庫「2014新規開業白書」より)

セミナー開催実績



参加人数

1,659名

開催実績

25回

満足度平均

84.4点

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。満足度は平均84点と大変高く、参加者の約半数が相談希望、利用希望と回答するなど、OKa-Bizの周知・相談者獲得につながりました。

●各界トップランナーによるチャレンジセミナー



坪田 信貴 氏
青監義塾 塾長
『ビリギャル(略)』著者



丸山 進 氏
中小企業庁
経営支援部 部長



西原 孝太郎 氏
第一印刷(株)
代表取締役社長



磯谷 祐介 氏
ZIP-FM ラジオDJ
講師



多和田 悦嗣 氏
愛知県よろず支援拠点
元キリンHD 常務取締役



小川 公一 氏
キリンビバレッジ(株)
マーケティング本部



西川 千雅 氏
日本舞踏家
西川流四世家元



北原 茂実 氏
脳外科医
『病院』が外コタを超える日』著者



武藤 貴宏 氏
我武者羅応援団 團長



橋本 隆志 氏
㈱八代目儀兵衛
代表取締役社長



河野 奈保 氏
楽天(株) 執行役員



兼松 佳宏 氏
greenz.jp 編集長
NPO法人グリーンズ理事



野村 浩子 氏
ジャーナリスト
淑徳大学教授
元日経ウーマン編集長



豊永 厚志 氏
中小企業庁 長官

●特別限定セミナー



安藤 竜二 氏
(株)DDR
代表取締役



小出 宗昭 氏
富士市産業支援センター
fBizセンター長



伊東 将志 氏
夢古道おわせ
支配人



正能 茉優 氏
(株)ハピキラFACTORY 代表取締役
元女子大生起業家



イケダハヤト 氏
プロプログラマー

●ビジネスに役立つ実践セミナー

遠藤 久志 氏 <おん経営代表、中小企業診断士・ITコーディネーター>
吉川 章 氏 (一社)クラウドソーシング協会 認証プロデューサー
(株)ソーホー・ジャパン 取締役企画営業部長
大谷 芳弘 氏 (株)マジックマイスター・コーポレーション代表
市澤 浩明 氏 (株)KDDIウェブコミュニケーションズ
JimdoJapan パートナーシップマネージャー

齋藤 隆太 氏 (株)サーチフィールド取締役 FAAVO 事業部責任者
山田 絢子 氏 クックパッド(株)
香西 英一郎 氏 (株)岐阜高島屋 販売第2部長

テーマ

Web&SNS活用、クラウドソーシング、プレスリリース、無料HP作成ソフトJimdo活用、クラウドファンディング、農家向けECサイトクックパッド活用、ビジネスブログ活用、百貨店で扱われる商品開発

※役職等は、セミナー開催当時のものです。

1 ターゲットを絞った新商品開発で注文殺到

相談者／小野玉川堂

◎設立：大正11年 ◎事業内容：和菓子屋

かま 窯を用いて薪であんを炊くなど大正時代から続く昔ながらの製法で季節の和菓子、自慢の羽二重餅はぶたえもちを販売。



相談内容

- 新規顧客、特に若い層を開拓したい

OKa-Biz サポート

- ターゲット設定：ターゲットを絞った新商品開発
- 情報発信：ブログやプレスリリースなどのメディアを活用した情報発信



肉球羽二重餅

- ・動物愛護団体ノラの方舟の活動支援のため新商品開発
- ・目玉商品の羽二重餅を使用
- ・11(わんわん)日、22(にゃあにゃあ)日に10セット限定で販売

ターゲットを犬猫ファンに絞って展開

- ・WEBニュースで話題に
 - 一猫ジャーナル
 - Yahoo! ニュース、マイナビニュース、LINE ニュース、ライブドアニュース、ウォーカープラス、岡崎経済新聞
- ・東海愛知新聞など地元紙にも掲載
- ・ツイッターのRT(リツイート)数3000件超え
- ・関東から取り寄せの問い合わせあり
- ・限定10セットから始め、事前予約で最大1日150セットの販売実績



四百年饅頭

- ・岡崎市が取組む「家康公顕彰400年事業」に合わせ新商品開発
- ・江戸時代のレシピから400年前の饅頭を再現
- ・図書館と連携した新商品の開発

販路開拓に成功

- ・記念事業イベントなどでの催事販売
- ・観光案内冊子への掲載
- ・TBS「ゴゴスマ」(全国放送)で放映
- ・中京テレビ、CBCテレビでも取り上げられる

- 売上約10%増加：
 - ・購入者の20～30%が他の商品も同時に購入
- 若い世代(30代くらいまで)の来客増加：
 - ・相談前10%→相談後20%
- 固定客の来店数増加：
 - ・高齢者が孫向けのお土産として購入
 - ・猫好きの知人などのために購入
- 名古屋、豊田など他地域からの来訪も増加：
 - ・地域ブログ運営の効果で認知アップ
- メディア掲載：
 - ・中京テレビ、CBCテレビ、地域グルメ雑誌など

▶更なる新たなチャレンジへ!
(OKa-Bizによるビジネスマッチング)

超熟いちじくどら焼き
地元農家とコラボし、
完熟いちじくを使用した新商品開発



2 初のBtoC商品を機に大手教育出版社とのコラボへ

相談者／トリイ株式会社

◎設立：昭和23年 ◎事業内容：化学染料の卸売商社
創業時より繊維工場を主な取引先として展開していたが、繊維業界の倒産、廃業などに伴い、売上はピークから減少傾向に。



相談内容

- 取引先の業績に左右されない新規事業を立ち上げたい

OKa-Biz サポート

- ターゲット設定：同社初のBtoC商品の開発(マーケット調査、ターゲット設定など)
- 情報発信：ターゲットに訴求するための情報発信(ネットショップの開設、メディア発信、ブログ運営など)

花を好きな色に染められる「自由研究キット」開発

切り花染色用商品「フラワーバレット」を開発。2014年夏に、同商品を同封した「夏休みの自由研究キット」を販売開始。新たな販売チャネルとしてYahoo!ショッピングを開設・販売開始。



大手教育出版社の教材に採用され1万セット受注

ネットショップで販売中の同商品に目を留めた大手教育出版社から1万セットの受注に成功。



(2015年新商品)

新商品がAmazonで1位を獲得

2015年に向けて商品をリニューアルし、「1日のできる自由研究 切り花染色キット」を販売。新たな販路開拓に成功。

- ・東急ハンズ(新宿店、博多店など)
- ・ヨドバシカメラ
- ・Amazon.com(実験・科学カテゴリにてランキング1位獲得)

●売上120%アップ

●販路開拓の成功：

- ・小売店：東急ハンズ、ヨドバシカメラなど大手小売店での販売開始
- ・Eコマース：Yahoo!ショッピング、Amazon(ランキング1位獲得)

●メディア掲載：

- ・日経MJ、中部経済新聞、東海愛知新聞、日本農業新聞、愛三時報、Yahoo!ニュース、ハフィントンポスト

※BtoC…Business to Consumer/Customerの略で、会社から個人消費者へ販売する取引のこと。

3 話題性のある商品開発がヒット!市外の顧客獲得に成功

相談者／ふとんのタツネ

◎創業：大正11年 ◎事業内容：ふとんの製造・販売

3代目の夫婦で営む老舗手作りふとん屋。

妻・恵子さんは、市内に2名しかいない1級寝具製作技能士であり、2015年2月に開催された「技能グランプリ」寝具の部で銀賞を受賞するなど高い技術を持つ。



相談内容

- 大手家具販売店に代わって新規顧客を獲得していきたい

OKa-Bizサポート

- 強み発見：技術力を強みとした話題性のある新商品開発
- 情報発信：コストをかけずに運営できるビジネスブログやフェイスブックを活用した情報発信をサポート



女子会専用布団

- ・従来行っていた貸布団サービスをターゲットを絞ってサービス展開
- ・メディアへの情報発信としてプレスリリース支援を実行、Yahoo!ニュース、東海愛知新聞などに掲載



情報発信サポート

- ・多数のメディアへの掲載に成功
- ・ビジネスブログを通じたトータルの情報発信サポート



家康將軍座布団

- ・クラウドファンディングを利用した資金調達による商品開発
- ・メディアへの情報発信としてプレスリリース支援を実行、NHKほっとイブニング、東海愛知新聞、岡崎経済新聞などに掲載



●売上アップ：

- ・名古屋、西尾など他地域からの来店増加

●ブログからの来店率増加

●メディア掲載：

- ・新聞(中日新聞、中部経済新聞、東海愛知新聞など)やWEBニュース(Yahoo! ニュース、ハフィントンポスト)、テレビ(NHKほっとイブニングなど)、ラジオなど多くのメディアに露出

新商品「武將座布団」発売開始

- ・クラウドファンディングにより発掘した潜在ニーズを元に再開発した円形座布団を発売開始



※クラウドファンディング…不特定多数の人が通常インターネット経由で他の人や組織に財源の提供や協力等を行うこと。

4 ターゲットを絞った商品開発で百貨店に販路拡大

相談者／白井石鹸

◎大正創業 ◎事業内容：石鹸^{せっけん}の製造

創業時からつづく^{かまだ}釜焚き製法で、極力無添加にこだわり、石鹸をすべて手作り。売上の9割が法人向けだが、減少傾向にある。



相談内容

- 売上が減少する中、BtoC向けの商品を展開したい

OKa-Biz サポート

- 強み発見：高品質というセールスポイントの発見、「ギフト」という商品の販売方法の提案
- ターゲット設定：子育て世代をターゲットに絞り込み
- 情報発信：ビジネスブログやプレスリリースなど情報発信のサポート

新商品「あかちゃんせっけんセット」を開発

クリーニング店からの支持が高いという事実から、高品質というセールスポイントを発見。「あかちゃん」を打ち出すことでターゲットを子育て世代に絞り、肌にやさしいことを訴求。ギフトとして付加価値をつけ展開。



Yahoo! ショッピングを開設

BtoC向けの新たな販路としてYahoo! ショッピングを提案。開設・運営をサポート。ビジネスブログによる情報発信。



●メディア掲載：

- ・中日新聞、CBC「イッポウ」、妊婦向け情報誌などに取り上げられ周知に成功

●販路開拓：

- ・ほの国百貨店での取扱いに成功、ギフトショップでの販売開始
- ・高島屋など百貨店への販路開拓に成功

5 環境に配慮したソーシャルビジネス展開のサポート

相談者／株式会社毎日商会

◎創業：昭和47年 ◎事業内容：産業廃棄物処理業
 廃棄物の減少に伴い、事業が縮小傾向にある中、新規事業として
 ゴミリサイクル機械を食品量販店に設置し、ポイントを付与する
 リサイクルステーション「ecoひろば」を開始した。
 「ecoひろば」の販路拡大をしたい。

OKa-Biz サポート

- ターゲット設定：
 - ・量販店に対しては、「ecoひろば」の導入が店舗への集客に繋がることを明確に打ち出すことを提案
 - ・一般消費者に対しては、「ecoひろば」の利用に繋がる情報発信を行うことを提案
- 情報発信：
 - ・ホームページやビジネスブログを通じて「ecoひろば」の情報発信をサポート

- 「ecoひろば」を新規出店、食品販売チェーン店開拓に成功



ecoひろば設置の様子



6 地域イベントに合わせた話題性のある商品開発で新市場へ参入

相談者／有限会社寿屋岡崎昆布

◎創業：昭和41年 ◎事業内容：海苔、昆布、わかめ等の乾物の販売
 主な顧客は給食業者、葬祭業者、飲食店／小売店。給食用の需要は安定しているが、価格競争に陥り、家族葬ニーズの高まりを受けた葬祭需要の減少に伴い売上高が減っている。
 売上高アップに向けた展開について相談したい。

OKa-Biz サポート

- ターゲット設定：
 - ・話題性のある商品展開により販路開拓と知名度向上を提案
 - ・徳川家康公四百年祭の開催を翌年に控えている時期の相談であったため、徳川家康公ゆかりの「岡崎城」と「葵の紋」をかたどった新商品を売り出すことを提案
 - ・キャラ弁市場の盛り上がりに対応した商品開発を提案
- 情報発信：
 - ・プレスリリースの配信、ビジネスブログの開設、Yahoo! ショッピング出店など

- 道の駅やお土産販売店へ販路が拡大
- 岡崎市内の飲食店が手がける家康公にちなんだメニューへ採用
- 岡崎経済新聞に掲載
- キャラ弁市場という新たな市場への開拓



「岡崎城」と「葵の紋」をかたどった海苔を販売



成果事例



7 強みに特化した情報発信で月間30件の新規顧客を獲得

相談者／葵クリーニング

◎創業：昭和46年 ◎事業内容：クリーニング業
市内で2店舗経営しているが、業界全体がチェーン店に押され気味。
本店の隣の空き家を買取、しみ抜きが実演できる店舗をオープンさせるための融資を受けたい。



OKa-Biz サポート

- 強み発見：融資ではなく、強みである「しみ抜き」に特化した新規顧客獲得を提案
- 情報発信：ビジネスブログの開設と、店内掲示などのコストをかけずにできる情報発信をサポート

- ビジネスブログ経由で月間20~30件の新規顧客増加
- 顧客の10%が、「しみ抜き」からクリーニング常連顧客につながる



8 ターゲットに合わせた情報発信でカウンター寿司に若者が続々!

相談者／千福鮓

◎創業：昭和50年 ◎事業内容：カウンター寿司
お客の年齢層が高く、年々売り上げが減少している上に、大手口コミサイトでは実際の価格帯より高い口コミが掲載されており若い層が敬遠しているのではないかと懸念がある。
正しい情報発信を行い若い層に来店してほしい。



OKa-Biz サポート

- 強み発見：カウンター寿司は高級なイメージがあるが実際に提供しているお手頃価格のセットメニューを中心とした情報発信の提案
- 情報発信：ビジネスブログの開設から運用までコストをかけずにできる情報発信をサポート

- 「岡崎 寿司」のWEB検索で上位表示
若い顧客層の新規来訪が増加
- ブログにより店舗の認知度アップ
- リピート率の上昇
- 土瓶むしの注文数50→200杯に



成果事例(創業・起業)



■株式会社ナチュラル・コーチ 若林かおりさん

- ・事業内容：コーチングを用いた女性活躍のための研修プログラムの展開
- ・2015年4月 法人設立

第2児出産を機にコーチングを学び、資格を取得後、コーチとして独立。育児休暇取得中や子育て中の女性を中心に1対1の個別コーチングやコミュニケーションセミナーを開催。のべ150名以上にコーチングを行う。OKa-Bizには、2013年11月に初来訪。自身が妊娠を機に退職を迫られた経験から、「出産前後の離職を半分に減らし、より多くの女性の産後復帰を支援したい」と考え企業などへの提案強化のため2015年4月に法人化。営業資料のブラッシュアップ、企業情勢の調査やターゲット設定など顧客獲得のための総合的なサポートを独立後も実施中。



■Lime3 インテリアコーディネートオフィス 鈴木貴子さん

- ・事業内容：整理収納やインテリアのコーディネート
- ・2015年1月 「仕舞コーディネーター」として事業再開

3人の子供を出産後、建築会社を経てインテリアコーディネーターとして独立。夫の介護のために仕事を中断していたが、再開を目指して2014年8月にOKa-Bizに来訪。コンセプトの設計、チラシ作成やビジネスブログ運営など情報発信をサポート。「仕舞コーディネーター」としての打ち出しを決定後、2015年1月に本格的に事業再開。セミナーや他の事業主とのコラボイベントなどを開催しながら、40~60代の女性を中心に順調に顧客を増やしている。



成果事例(創業・起業)



■ rana*puraaNa(ラナ*プラーナ) 橋本美保さん

- ・事業内容：完全予約制のプライベートヘアサロン
- ・2015年8月 城北町に店舗オープン

2014年秋に「おかざき創業塾～女性起業家コース」に参加。漠然としていた創業という夢を現実のものとして意識。創業塾で立てた創業計画のブラッシュアップのためOKa-Bizを来訪。美容室という競合の多い業態での創業となるため、夢を実現するお店の強み・魅力について徹底的に議論。ターゲットとする顧客を絞り込み、サービスメニューの開発やオープン前からのビジネスブログでの情報発信、チラシ作成などPR戦略を支援。創業補助金にも採択。不安の多い創業期のチャレンジをトータルでサポート。



■ BLUE BEAR CAFE&TABLE 三浦健志さん

- ・事業内容：カフェダイニング
- ・2015年6月 JR岡崎駅前に店舗オープン

JR岡崎駅前「炭火焼き鳥 鶴と熊」を経営。2014年11月同店での集客アップの相談に来訪。ビジネスブログやチラシなどツール作成をサポート。リピーター獲得などの集客の仕掛けづくりをアドバイス。効果を実感する中、新業態となるカフェをオープンすることに。新店のコンセプト作りや、ターゲット顧客の設定、ターゲットに合わせたメニュー開発など、市場動向や人気店の先行事例を示しながらサポートを実施。2015年6月ランチ営業開始、7月夜カフェ・ダイニング営業を開始、グランドオープンした。9月にはオープン100日を記念したイベントを実施。企画から情報発信まで、集客の戦略を継続的にサポート。



成果事例(創業・起業)



■株式会社侘蔵 杉田勝司さん

- ・事業内容：注文住宅・リフォーム施工、ハウスコンシェルジュ
- ・2013年11月創業

大手ハウスメーカーに勤務後、独立。顧客開拓のため2014年4月にOKa-Biz初来訪。自然素材を活かした住宅に強みを持つことから、折込チラシなどの有料広告ではなく、子育てサークルなどと連携した情報発信によって集客することを提案。2014年7月にオープンしたサンプルルームを利用して、多くの事業主と自然素材に触れ合うコラボイベントを開催。その様子がメディアに掲載されるなど、認知アップにつながっている。また、ビジネスブログによる情報発信サポートも定期的を実施。ブログからの問い合わせもあり、受注にも成功。「持続化補助金」取得のためのサポートも行い、採択後の広報ツール作成アドバイスも実施。創業2年目も、順調に顧客を開拓中。



OKa-Biz相談者とのコラボイベントも開催
(左)インテリアコーディネーターの鈴木貴子さん(右)と打合せ
(右)保育士の今津太陽さん(右から二人目)とイベント開催

■光のアート Onde～ 内水茜さん

- ・事業内容：ローズウィンドウ作家、ローズウィンドウ教室の運営・講師育成
- ・2009年 ローズウィンドウ教室開始

カラーセラピー、アートセラピー講師として活躍する傍ら独学で始めた紙のステンドグラス「ローズウィンドウ」。趣味として楽しむ中、習いたいとの要望が多くあり教室を開講することに。趣味としてのローズウィンドウだけでなく、講師を養成する日本初の講師認定スクールも開始する。参加者・登録講師が増える中、手探りで行ってきた教室運営の事業化を目指し2014年5月にOKa-Bizに来訪。教室運営の組織化やブランディング戦略、メディア戦略などをサポート。中日新聞「天職ですか」コーナー、東海愛知新聞などメディアに多数掲載されるなど注目を浴び、創作、スクール、グッズ販売などが東海地方だけでなく、全国に広がりを見せている。



■伝統産業の商品開発にも、心強い相談相手

江戸時代から300年にわたり、和ろうそくを作りつづけている当社。ウチのような伝統産業がOKa-Bizに相談に行ってもいいものだろうか、と実は若干のハードルを感じていました。ちょうどそんなとき、取引先である岡崎信用金庫さんに声をかけていただき、訪れることになったのです。1時間の相談のなかで、商品開発に活かせるようなヒントをたくさんいただくことができました。具体的に相談内容が決まっていないうちや、自身で考えた企画をブラッシュアップしたいときなど、さまざまな角度から相談ができる。そんなふうに感じました。大手であれば企画に特化した部署があり、コストをかけることもできる。しかし、我々はそうもいきません。何かひとつ、新しいことを導入するだけでも大きなパワーを要します。そんな私たちにとって、本音でフランクに相談できる場所があるのはいいですね。最初の一步を踏み出すきっかけになればと、所属する「おかざき匠の会」の仲間にも紹介して利用してもらっています。



磯部ろうそく店
九代目 磯部亮次さん

■6次産業化への取り組み、「地元の宝」から新商品開発へ

農業生産法人を設立したのは、平成18年7月です。今年で設立10年を迎えますが、設立以前から我が家は先祖代々続く農家でした。現在の農業は昔のようにお米を作れば全て国が買ってくれるという時代ではなくなり、栽培したお米を少しでも付加価値をつけて販売することが求められる時代へ変化しています。しかし、自社には商品を開発したり、販売したりするノウハウがなく、困っていたときに市農務課の職員のかたからOKa-Bizのことを聞き、利用させていただきました。相談の中で私の地元にはすごい宝物があるんだということを改めて発見させられました。それは六ツ美悠紀齋田で栽培している100年前のお米【萬歳】です。この萬歳米の商品としての価値を最大限に活かすためのアドバイスをいただき、商品開発することができました。今後はこの萬歳米を地元の宝とし、大切に販売し、地元の発展につながればとてもうれしく思います。これからも悩んだときにはOKa-Bizに相談しながら、事業展開を行っていきたいと思います。



株式会社オベレター加藤
代表 加藤健一さん

■創業、不安や孤独感の多い時期に大きな自信に

2014年5月、会社を立ち上げデイスサービス事業を開始しました。独立することを決めてからたった2か月での起業だったので、準備も勉強もしていなく手探りで事業を行っていました。これで大丈夫かと不安や孤独を感じても相談する相手がいない。そのような中、創業塾に参加したのを機にOKa-Bizを利用するようになりました。何から手を付けて良いかわからなかった自分に、心強いパートナーができたようで岡崎に住んでいて良かったと思いましたね。自社、そして自身の強みを客観視することでブランディングがしっかりできたことは、とても自信になりました。不安だったこともブレがなくなり、自信をもって事業に踏み込んでいけるようになりました。現在、会社は母親や妹に協力してもらっていた家業体制から、新たなスタッフを雇い組織へと変化をしているタイミングです。会社、そして自身の強みをしっかりと意識しながら、組織として個人として岡崎で根付いた活動をしていきたいと思っています。



株式会社GOBOU
代表 築瀬寛さん

■製造業、新分野進出の強い味方に

当社は昭和61年の創業以来、生麺などを飲食店向けに販売する製麺業を営んでいます。従来は中華麺を中心に扱っていましたが、2011年からは生パスタを扱うようになりました。これまで培ってきたノウハウが通用しない。販路をどう開拓し、事業をどう展開していったらいいのか。試行錯誤の毎日でした。OKa-Bizを知ったのは、そんなとき。きっかけは、OKa-Biz主催のセミナーに参加したことでした。こんなに豪華な講師の話が無料で聞けるのかと、とても驚きましたね。相談に訪れた際も、既存の相談機関は話を一方的に聞く印象を持っていましたが、OKa-Bizは違いました。こちらが話すことをしっかりと受け止めてくれ、まさにコーチングのように自分の考えを整理してくれるのです。さらに、話を進めるなかで客観的な強みやポイントをアドバイスしてもらえ、一緒に考えてくれている、わかってくれているという安心感があり、心強い味方を得たようでした。生麺パスタ事業も軌道に乗ってきたので、今後は売るだけでなく、飲食店と一緒にメニュー開発なども考えられる存在になっていきたいと思っています。そんなふうに関係内容が変わっても、ひきつづき利用できるところがまたOKa-Bizのいいところですね。



株式会社時麺
代表 栗山廣士さん

OKa-Bizへの評価



●OKa-Biz 二周年に寄せて

岡崎ビジネスサポートセンターOKa-Bizの2年目を振り返るとき、2つの観点から高く評価できると思います。

まずは、外的環境の変化の観点からです。

f-Bizをモデルに2014年6月に全国47都道府県に設置された「よろず支援拠点」は、さらなる成果輩出に向けてこれまで以上に力が入ってきていますが、これはOKa-Bizの大きな成功が引き金となっています。

また2015年4月に熊本県の天草市が開設した「天草市起業創業・中小企業支援センター」もOKa-Bizの成功が裏付けとなってできた施設ですし、2016年は、岐阜県関市、長崎県大村市をはじめとする、少なくとも全国5都市が具体的にOKa-Bizスタイルの中小企業支援プロジェクトを形にしようとしています。

このように、他が追随しようと思われるほど、岡崎ビジネスサポートセンターOKa-Bizの取り組みは高く評価されるようになりました。

次に、内的環境の変化も印象にのこりました。

「よろず支援拠点」も含む、全国に数多ある公の支援機関がその運営において最大の課題ととらえているのが、「結果」を生み出せる「適性」ある支援人材の確保です。

2年目のOKa-Bizは、秋元センター長、高嶋副センター長らのリードで可能性のある新たな人材を見つけだして現場に配置し、サポート能力の向上をはかりました。大変印象的だったのは、新メンバー各々が前向きに支援ノウハウ、業務ノウハウを吸収しようとする姿勢があったことです。定期的に行っている私の出張相談会でのOJT時や支援研修の実施時も、私に対する様々な「質問」の「質」が、全国各地の支援機関や金融機関で行うそれと比べてとても高く感じました。この「質」は回を追うごとによりよくなっており、今後に対しても大きく期待できます。

OKa-Bizの2年目の来場相談件数は、週5日営業に換算してみると月間230組の相談がある状況です。f-Bizの2年目は150組程度でしたから、OKa-Bizのパフォーマンスがいかに高いかがわかります。3年目のさらなる飛躍を楽しみにしています。

小出 宗昭 氏

富士市産業支援センターf-Bizセンター長

1959年生まれ。法政大学経営学部卒業後、(株)静岡銀行に入行。M&A担当などを経て、2001年2月静岡県静岡市に開設した創業支援施設「SOHOしずおか」へ出向、インキュベーションマネージャーに就任。起業家の創出と地域産業活性化に向けた支援活動が高い評価を受け、2005年2月起業支援家としては最高の荣誉となる「Japan Venture Award 2005」(中小企業庁主催)経済産業大臣表彰を受賞。2008年7月(株)静岡銀行を退職し独立、(株)イドムを創業。2008年8月より「富士市産業支援センターf-Biz」の運営を受託しセンター長に就任。起業支援家として活動をはじめて以来11年間で850件以上の新規ビジネス立ち上げを支援している。





岡崎ビジネス サポートセンター

(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)

岡崎市康生通西4丁目71番地 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/>

発行：平成28年3月(第1版)