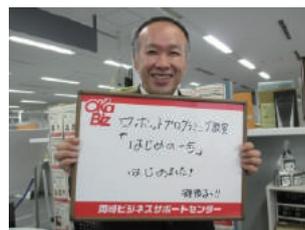


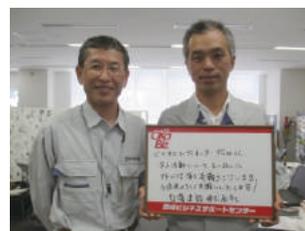
岡崎ビジネスサポートセンターOKa-Biz 活動報告書



OKa Biz



開設3年目の記録 2015年10月～2016年9月



■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や相談者の皆様にお支えいただき、3周年をむかえることができました。また、開設当初よりモデルとしてご指導をいただいてい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さまに心より感謝申し上げます。

OKa-Bizは、これまでの公的産業支援とは一線を画した存在と注目をいただいています。中小事業者や創業者に対し、お金をかけずに売上アップの実現をサポートしていくからです。じっくりとお話を「お聞き」する中で、本人が気がついていない強みを「見つけ」ていきます。そして、お金をできるだけ掛けずに売上を上げていくための具体的な知恵を出し、成果をだす専門家らとのチームで継続的に「支えて」いきます。



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**

昨年度実施をしたアンケートによると約70%の相談者の方が、売上が上がったもしくは上がる見込みだと効果を実感していただいています。その一方で、3割の方々にはまだお役に立てていないわけですから、さらに支援力の強化に向けて、尽力いたしてまいります。

f-Bizをモデルとした中小企業支援の取り組みは、15年4月の天草市のAma-biZ開設に続き、16年度には全国で7ヶ所で開設されました。更にf-Bizモデルの取り組みは注目を集め、全国各地へと広がることでしょう。OKa-Bizへの視察は、3年間で100件をゆうに越え、中小企業基盤整備機構の要請を受け、昨年度は山口県のよろず支援拠点コーディネーターが1ヶ月の研修にお越しになりました。OKa-Bizの地域における重要性はこれまで以上に高まる中で、より多くの方がたのお役に立てるよう、4年目もチーム一丸となって取り組みを重ねていきます。

引き続き、OKa-Bizへのご理解とご支援を賜りますよう心よりお願い申し上げます。

OKa-Bizのミッション

「きく」「みつける」「ささえる」をテーマに、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、前向きな解決策と一緒に考え、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。

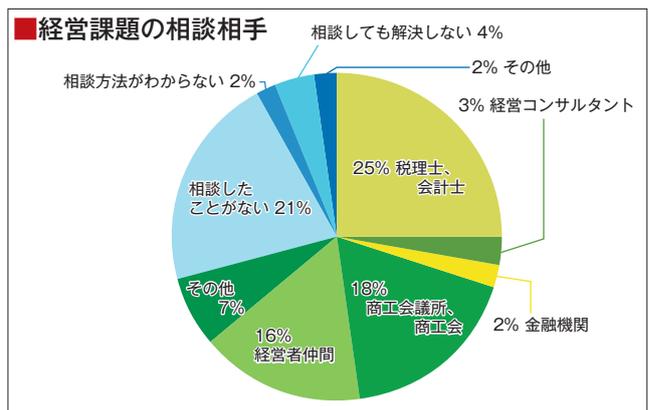
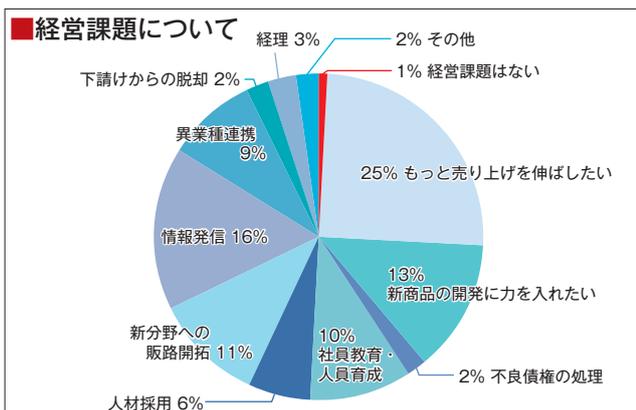
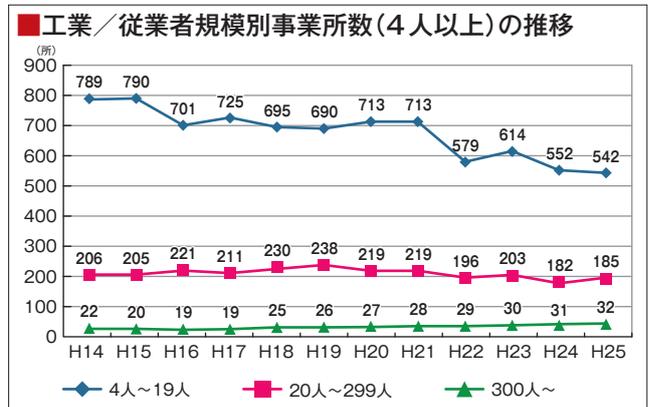
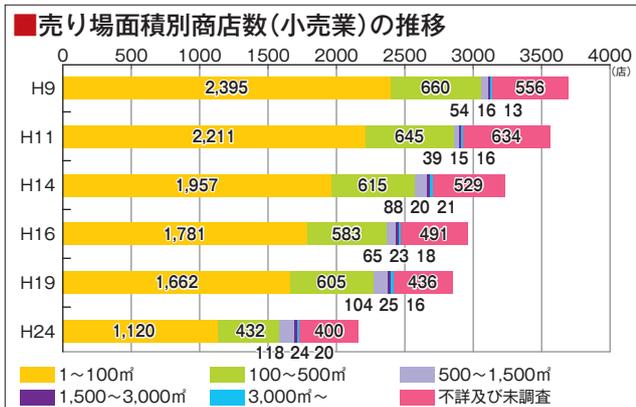
商業統計調査（平成19年）では、平成9年と比較し、年間商品販売額はほぼ横ばいではあるものの、経済センサス活動調査（平成24年）で商店数は約28%の減、従業者数は11%の減であり、売り場面積別でみると、500㎡以上の商店数が75%増であるのに対し、500㎡未満は25%減であるなど、中小零細の商店が厳しい状況にあることがわかりました。

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、衰退が顕著である小・中規模層に対して、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2000件以上（現在は4000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。



OKa-Bizについて



OKa-Bizの概要 (平成28年9月末現在)

体制

ビジネスコーディネーター 週4日 常時3名体制

○ビジネスコーディネーター 6名

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

<4年目の新たな取組み>

- 週4日から週5日営業へ
- 事業者のネットワーク構築
ー交流会や少人数制勉強会「ゼミ」の開催
- サポート範囲の拡充
ー人事、採用、育成に関わる「人のことまるごとサポート」、商品写真撮影サポートなど様々な相談の実施
ーキッズスペースの設置、りぶら内の託児サービスとの連携

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9:00~17:00(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



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

■デザインアドバイザー



稲波伸行



瀧口力

■岡崎信用金庫 派遣スタッフ



瀧戸重晴

■企画広報コーディネーター



堀部優規子
事務局長



久保田桃子



中根敦子

■岡崎市経済振興部 商工労政課

神尾典彦 河合剛志
杉浦亮 橋本拓哉
晝田浩一郎 藤本涼子

■岡崎商工会議所

杉浦昌幸 柴田浩志

OKa-Bizについて



連携機関 (平成28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)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)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、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



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



(株)サーチフィールド
(株)ソーホージャパン



楽天(株)



ランサーズ(株)



(株)ビズリーチ

運営協力



集客・ブランディングで「喜びを創ろう」

株式会社ルーコ

3年目の実績①〈相談件数〉



(2015年10月~2016年9月)



開設1年目の相談件数の1,404件、2年目の相談件数の1,959件に引き続き、3年目は2,206件と、順調に実績を伸ばしています。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1,650件（よろず支援拠点全国本部HPより）であり、OKa-Bizはその約1.3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。

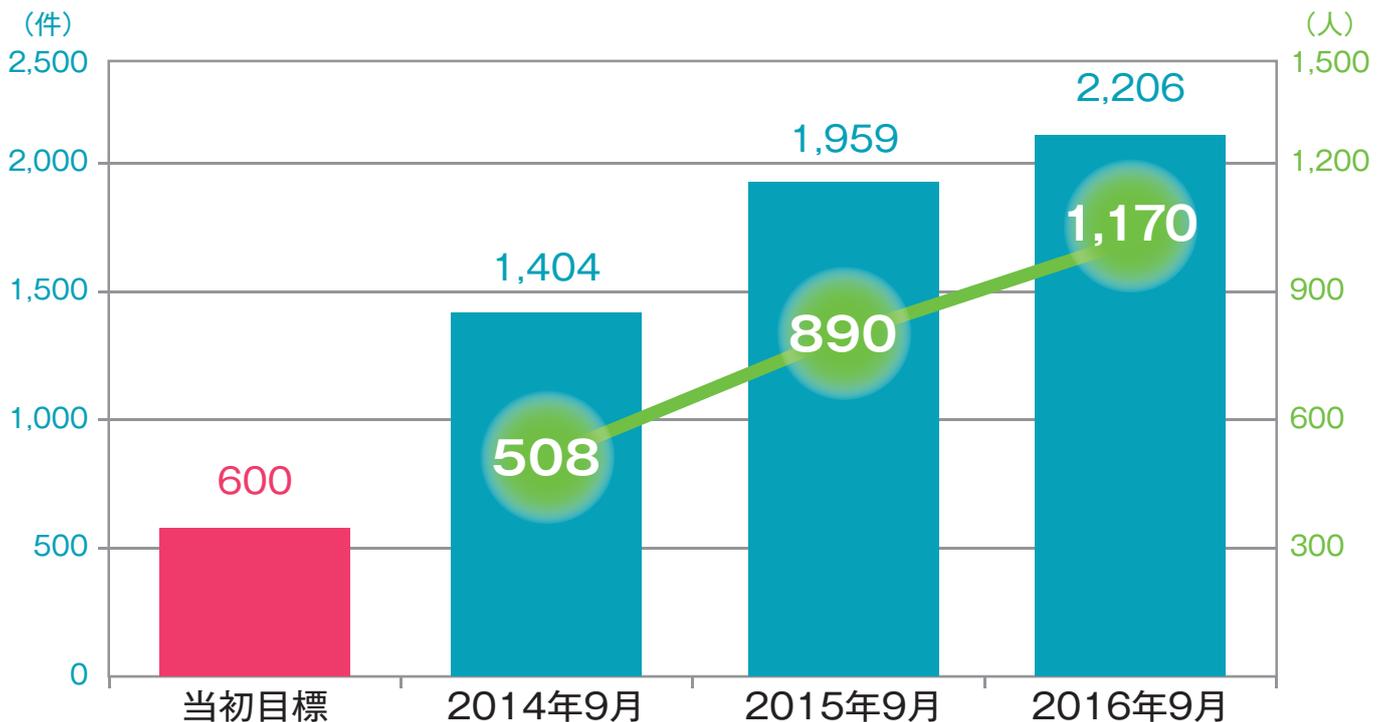


岡崎市が近隣の公的な中小企業経営相談所の相談件数を調査したところ、月に平均で約50件であったことから、開設当初の目標相談件数を月50件と設定しました。開設3年目には、着実に実績を重ねたことが評価され、当初目標比の3.7倍と、高い実績を残しています。



OKa-Bizは、原則、ビジネスコーディネーターが2~3名、曜日により専門のアドバイザーが相談に対応しています。開設3年目は、相談予約が増加してきたことから、ビジネスコーディネーターの増員を行った結果、1日あたり平均で11.4件の相談をお受けしています。また、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、相談員は常に高いパフォーマンスの発揮に努めています。

■相談件数 (棒グラフ：相談件数 線グラフ：累計相談者数)

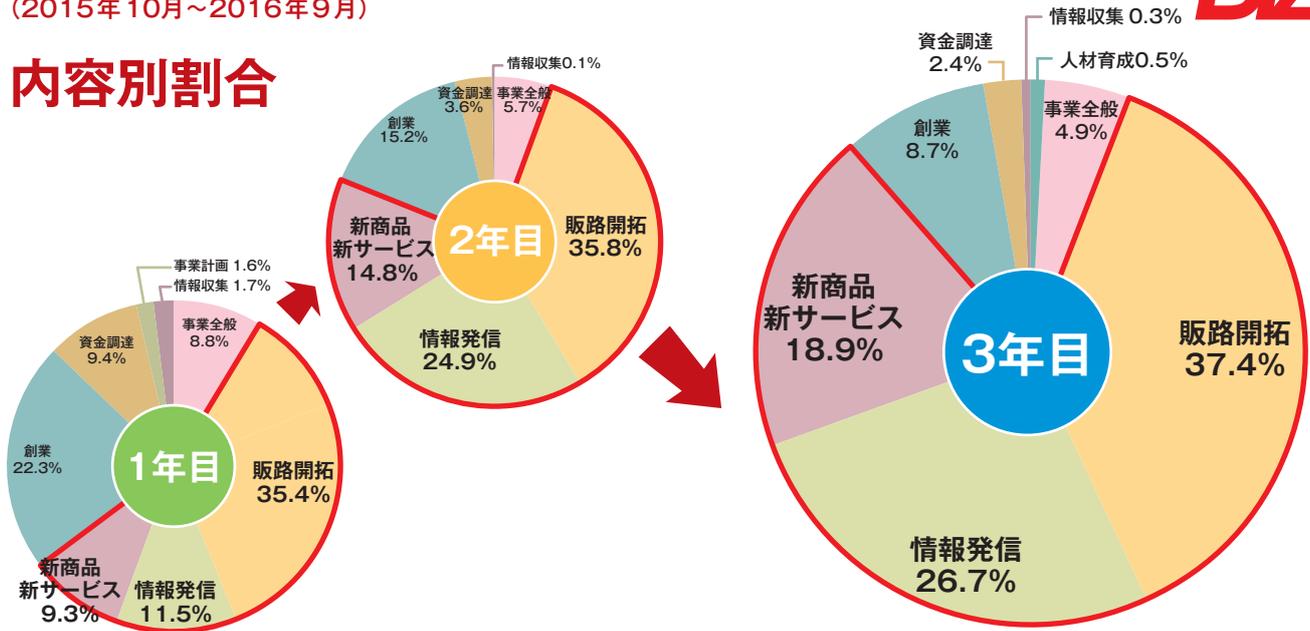


3年目の実績②〈内容別・業種別〉



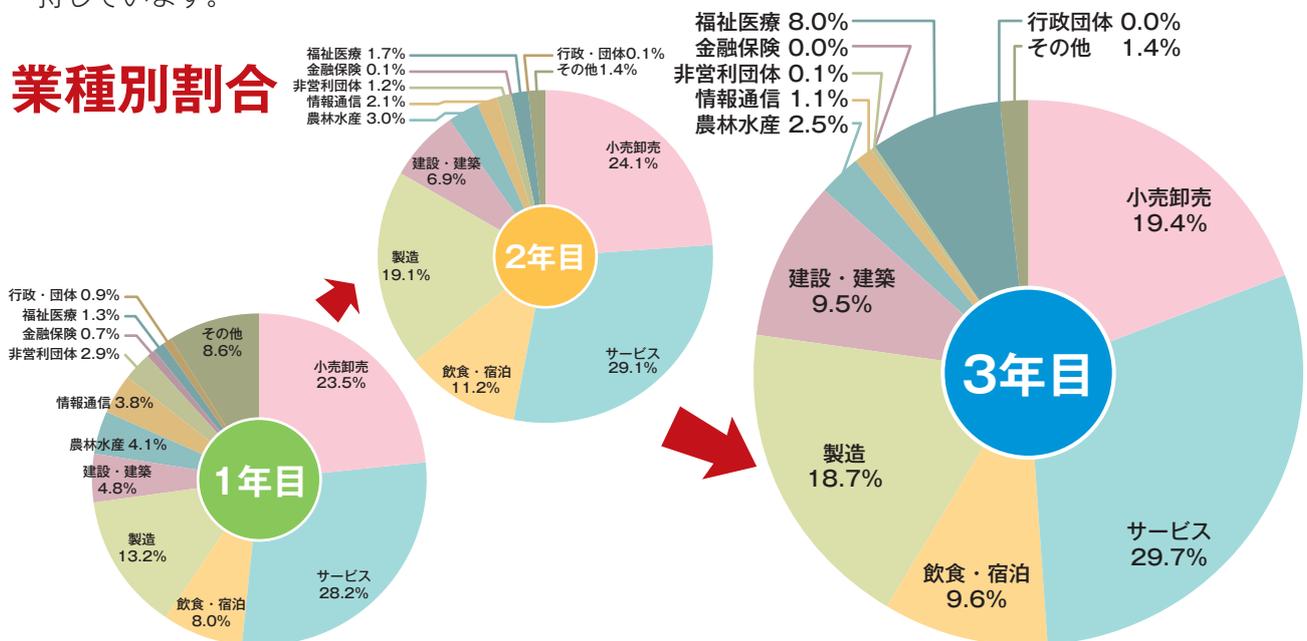
(2015年10月～2016年9月)

内容別割合



- 販路開拓、情報発信、新商品・新サービスといった売上アップに関する相談が、83%となり、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いるといえます。
- 特に新商品・新サービスの相談については、18.9%と、1年目や2年目と比べて増加しており、多くの新商品や新サービスがOKa-Bizのサポートにより生まれています。
- 全体の相談件数が増加したことにより創業相談の割合が下がっていますが、創業件数は同程度を維持しています。

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60%近くを占めています。
- 「製造」や「建設・建築」の相談件数が、年々増加しており、相談の28.2%となっています。また、「福祉・医療」の相談件数も年々増加しています。
- 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、幅広い業種の方に利用されています。

3年目の実績③



(2015年10月～2016年9月)



●相談に占めるリピーター割合

相談件数の増加に合わせ、リピート率が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も、既存の相談者にも「役に立つ経営相談所」と判断され、何度も利用されている現状だと考えられます。



●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、2年目と高い水準を維持しています。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。



●視察件数

OkBiz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3年間で100件を超える視察件数は、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

新聞、テレビ、雑誌などのメディアにおいて、ほぼ毎日OkBiz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、広告費換算金額では4億2801万640円と、中小企業の情報発信、販路開拓に貢献し、成果を上げていることの表れです。



●創業件数

創業件数は、1年目、2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。

●女性の相談者の割合



●創業相談に占める女性相談者の割合



相談の1/3以上を女性相談者が占めています。また、創業相談については、半数が女性からの相談です。これは、女性相談員や女性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が支持された結果だと考えます。その結果、平成27年6月には、内閣府から「女性のチャレンジ支援賞」を受賞しました。



セミナー開催実績



参加人数

1,007名

開催実績

18回

満足度平均

84.5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84.5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、OkBiz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／実践セミナー



秋好 陽介 氏

ランサーズ (株)
代表取締役 CEO



市川 武史 氏

on the Ground Project代表



木下 斉 氏

一般社団法人エリア・イノベーション・アライアンス代表理事



加瀬澤 良年 氏

(株) ビズリーチ 社長室
地域創生プロデューサー



大竹 賢一 氏

(有) マルダイ
代表取締役



小出 宗昭 氏

富士市産業支援センターf-Biz
センター長



坂田 誠 氏

(株) はちえん。
代表取締役
SNS戦略コンサルタント



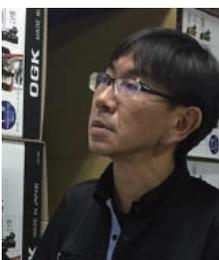
日下 慶太 氏

(株) 電通
マーケティング・クリエイティブセンター
コピーライター



佐藤 和男 氏

(株) ビズリーチ
執行役員 兼 地方創生支援室
エバンジェリスト



佐々木 伸一 氏

テラオ株式会社
取締役 EC部マネージャー

●実践セミナーのテーマ

クラウドソーシング活用方法／海外向けのネットショップ展開／無料求人ページ作成／ブランディング／人材・採用／instagram (インスタグラム) 活用／ビジネスブログ活用／ネットショップ展開 など

※掲載順不同。役職等はセミナー開催時のものです。

1 強みを活かして他業界進出！大手企業から受注獲得

相談者／(株)中根金型工業所

◎設立：1963年3月 ◎事業内容：プラスチック成形用金型・プラスチック成形品の製造
自動車業界をメイン顧客としていたが、取引先が生産拠点を海外シフトしたことやリーマンショックの影響で売上は最盛期の4分の1に減少。48人いた従業員は12人まで縮小。

相談内容

- 売上の減少をとめるために新規顧客の獲得をしたい



▲依頼を受け修理した金型で成形したプラスチック品の説明をされる中根さん

OKa-Bizサポート

- 強み発見：海外製（国内とは異なる技法で製造されているもの）や設計図がない金型の修理・メンテナンスができるなど自動車業界で培った高い技術力
- ターゲット設定：自動車業界に限定せず金型のトラブルを抱え修理先を探している事業者
- 情報発信：既存HPで強みを前面に打ち出すことを提案、営業用チラシの作成

「金型の救急車」として強みを明確にした新サービスを開始

- ・強みを分かりやすくし打ち出し、新サービスとして展開することを提案
- ・海外で製造された金型の修理・メンテナンスやトラブルに困っている事業者がいる事情を受けて、それらの困り事に対応する新サービスの開始を決定
- ・「金型の救急車」として新サービスのネーミングをつけ商品化を実現
- ・営業ツールとしてFAX-DM用のチラシとホームページのバナー作成をサポート



ホームページのトップバナーに「金型の救急車」を前面告知

FAX-DMで営業展開

主に東海3県の事業者へ配信。今まで取引がなかった自動車関連以外の複数の企業から問い合わせがあり、大手企業からの受注獲得に成功

東海地区のプラスチック製品のメーカー様へ樹脂金型のお困りごと解決サービス

プラスチック成型

金型の救急車!

3月 初登場

御社の金型大丈夫ですか？
金型に何のトラブルがあった時「中根金型工業所」にお任せください。

| | | |
|-------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|
| 輸入金型の組立・修理 他では取れた海外製金型の修理・メンテナンス | 大型の金型 小役～大型100トンクラスまで各種・メンテナンス | メンテナンス 自社設計・他社設計問わず金型のメンテナンス |
|-------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|

※当方のサービスは専ら輸入製金型のメンテナンス、設置対応、修理なども行います。金型業界で52年のエキスパート。

株式会社 中根金型工業所
〒444-0051 愛知県岡崎市北野町字柳北78番地 FAX.0564-31-6802
TEL.0564-31-6802
http://www.nakanemold.jp/

●売上約2,000万円アップ：

- ・大型投資をせずに大型案件の受注に成功
- ・金型修理のみならず、新規の金型製造の受注も獲得

●他業界での新規顧客獲得に成功：

- ・大手楽器メーカー（東証1部上場）、大手総合厨房機器メーカーやヘルメットメーカーなどこれまでの主要顧客である自動車業界以外の事業者からの受注獲得

●メディア掲載：

- ・日刊工業新聞、朝日新聞デジタル&m、SANSPO.COM、SankeiBizなど

2 オリジナル商品の開発で強みを発信・BtoC事業展開へ

相談者／(株) 飯田樹脂

◎設立：1998年7月1日 ◎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。14名中9名が女性社員。3D加工技術を活かし、オリジナルウェルカムボードや表札制作などのBtoC事業もオーダーメイド受注生産で展開。



相談内容

- オリジナル商品事業の売上を伸ばしていきたい

OKa-Biz サポート

- 強み発見：小ロット対応できる高い技術力、一点からの試作制作力、女性目線を活かした商品開発力に注目
- ターゲット設定：子育て中の親、祖父母に絞った具体的な新商品開発を提案
- 情報発信：ビジネスブログでの商品紹介やプレスリリースなどのメディアを活用した情報発信



ギフト需要を狙いメモリアル身長計を商品開発

- ・購入後やプレゼント後の使い方で提案できる身長計とフォトフレームを組み合わせた商品を開発。
- ・男の子用に電車型、女の子用に花形など趣味嗜好にあわせた複数のデザインを制作し具体的な商品としてターゲットに訴求
- ・カスタマイズ商品の受注にも成功



ビジネスブログでの商品紹介

- ・オリジナルグッズ製作事業 R.f.resin (アール・エフ・リザイン) として、メインHPとは別にビジネスブログを開設
- ・カスタマイズ商品など制作事例を中心に情報発信



女性が活躍する企業文化に注目したメディア戦略

- ・新商品の発売開始と同時に、女性活躍を推進する製造業界では珍しい同社の取り組みにフォーカスし、企業ブランディングを図りメディアに向けた情報発信をサポート

- 売上アップ：年間受注約240%増加！
- 販路開拓の成功：
 - ・ビジネスブログや新聞記事を見た新規顧客からの受注獲得
 - ・具体的商品を提案したことでカスタマイズ商品への受注にも成功
- メディア掲載：
 - ・中日新聞、朝日新聞、東海愛知新聞、ひよこクラブ、週刊女性など

▼商品化間近！ 防犯用ネームプレート

子どもの持ち物につける名札を取りやめる学校も多いが、持ち物確認など困るケースも多いため、遠くから見えにくい名札を制作。展示会などででもノベルティとして好評を得ている。



3 初のオリジナル商品開発で大手百貨店に販路開拓成功

相談者／有限会社美創舎

◎創業：2002年 ◎事業内容：葬儀用額縁の請負製造、
オーダーメイド額縁の製造販売
葬儀用額縁の請負生産が事業の大半。社内で完全製造をする
オーダーメイド対応も強みとする。そのような中、売上の約
80%をしめる葬儀用額縁の売上がゼロに。



相談内容

- 葬儀用額縁に代わる新たな売り上げの柱を作っていきたい

OKa-Bizサポート

- **強み発見**：過去の豊富な受注事例から市場トレンドをふまえて新商品コンセプトを提案
- **ターゲット設定**：大手百貨店や代理店など商品に合わせた販路の設定と営業サポート
- **情報発信**：ランディングページやHPの作成、プレスリリースなどメディアを活用した情報発信、ECサイトの開設

幼稚園の園長先生との協同開発！

作品収納機能がある額縁

osaMaruue

Growing with art

大切にしたいお子様の絵。
お部屋の彩り、人生の彩りに、
収納しながら飾せる額。

最大30枚収納可能な収納額！！

「osaMaruue(オサマルーエ)」の商品化

- ・過去に幼稚園長と共同開発した収納つき額縁の市場ニーズを調査
- ・ネーミングをして市場展開をサポート
- ・入園祝い・卒園祝いのギフト展開としてターゲット設定を提案

百貨店や総合専門小売店などに販路開拓

- ・ターゲットを具体的に設定し販路が明確になったことで大手百貨店の子ども向け商品売り場への出品に成功（写真）
- ・子ども向け商材を扱う商社など取引先拡大

全国へ向けた情報発信

- ・プレスリリース支援の実行、多数のメディアへ露出したことにより知名度がアップし販売へ繋がる
- ・オサマルーエに特化したランディングページ、ECサイトの開設により商品の検索力アップ



- **売上アップ**：200枚以上の販売。全国各地からの注文、ネットショップ開設や新規取引先の開拓

● 大手百貨店など販路開拓に成功：

- ・東急ハンズ名古屋店・ANNEX店、ほの国百貨店、FARM、めいキッズ★ランド、名鉄百貨店名駅店（Elfa）、三越恵比寿店（Elfa）

● メディア掲載：

- ・新聞：日経MJ、中日新聞、朝日新聞、産経ニュース、中部経済新聞、北日本新聞、静岡新聞、東日新聞、千葉日報、長崎新聞など全国30誌を超える掲載
- ・テレビ：NHKおはよう日本「まちかど情報室」など

- ▼ 姉妹商品「はがきイーレ」を販売開始。展覧会などで既に売上に繋がっている。

作品収納機能がある額縁

はがきイーレ

しまいだらけ以外に引き出しのない、
絵手紙、DM、年賀状など、
お部屋のインテリアとして飾せる額縁！！

最大70枚収納可能

4 連携を活かしてターゲットに訴求！単価の高い受注に成功

相談者／株式会社侘蔵

◎創業：2013年 ◎事業内容：注文住宅・設計・施工・住宅リフォームなど
 大手ハウスメーカー勤務時にコスト削減目的から規格統一されつつある家づくりに疑問を感じ、顧客ニーズを反映した家づくりをしたいと独立。メーカー時の顧客を引き継いだため滑り出しは順調。新規顧客開拓に課題を抱えていた。



相談内容

- 売上を安定的につくり続けた事業に発展させるため顧客開拓をしたい

OKa-Biz サポート

- 強み発見：メーカー時代に培った高い知識と営業力、顧客からの厚い信頼
- ターゲット設定：共働きで家づくりにこだわりをもつターゲット層を具体化
- 連携：ターゲットに訴求するための連携先を紹介
- 情報発信：ビジネスブログを活用した情報発信

「お父さんも一緒に子育てする家」としてターゲットに訴求するためのコンセプトを設定

- ・ハウスコンシェルジュとしてのコンセプト・ターゲットを明確化
- ・夫婦共働きで、父親も子育てを積極的に取り組みたい家族にターゲットを設定し、ターゲットに向けたイベントや情報発信を行う

男性保育士などと連携したイベント開催によりブランドイメージの定着

- ・地域の男性保育士連盟との連携でブランドイメージを定着させ、共感する層の獲得に成功
- ・インテリアコーディネーターなどとも連携し、より良い家づくりを提案するハウスコンシェルジュイメージを訴求



ビジネスブログを活用した長期的な情報発信

- ・ブランドイメージを定着させるため、まめにブログを更新。カリスマブロガーからも注目をうける
- ・2016年5月からスタートした新事業、家づくりのセカンドオピニオンサービスはブログから問い合わせがあり、受注に繋がっている



- 売上アップ：一戸建てからリフォームまで、年間5件（業界ではトップクラス）の受注獲得に成功
- 販路開拓：ターゲット顧客層への訴求に成功
- メディア掲載：
 - ・矢作新報
 - ・地域ブログのカリスマブロガーにも注目される



初回来訪は2014年4月。期間をとりながら継続的に利用中。

5 閑散期からの脱却・新商品開発で新市場開拓

相談者／麩屋万（ふやまん）商店

◎創業：1911年（明治44年） ◎事業内容：角麩、もち麩、細工麩、麩まんじゅうの製造販売
創業106年。麩の卸先の大半はスーパーなどの量販店。麩が売れるのは9～12月であり夏の間は売上がおちるため、繁忙期と閑散期の売上の差が大きい。

相談内容

- 麩まんじゅうの販売を強化していきたいがどう販路を開拓していったらよいか。若い人にも麩を知ってもらおうきっかけとして麩まんじゅうをひろめたい。

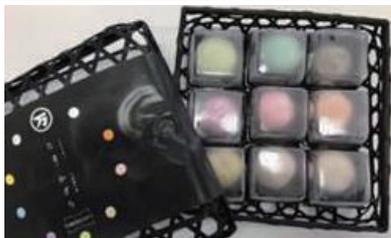


OKa-Biz サポート

- **強み発見**：創業106年の老舗の信頼、市場トレンドをふまえ多様な風味の商品の試作をしてきた背景
- **コンセプト設計**：インスタ映えし、周囲に自慢したくなる「魅せる」スイーツギフト
- **連携**：百貨店など販路の紹介
- **情報発信**：ビジネスブログでの情報発信、ECショップの開設

ギフト市場を狙った「たまかざり」を商品化

・食品のギフト市場を調査し、事例のリサーチや企画、コンセプト設計からサポートを実施。パッケージなど商品ブランディングをトータルでサポート



Yahoo!ショッピングの開設

・新商品開発とともに、新たな販売チャネルとしてネットショップ開設をサポート

大手百貨店など販路の紹介

・新商品のリリースに合わせて西武百貨店、ほの国百貨店など販路を紹介。
催事販売を行い、1日1500個の販売に成功



● 売上アップ：

- －百貨店催事販売は1週間で約100セットの販売に成功
- －Yahoo!ショッピング出店時10件未満／1ヶ月 ⇒40セットの販売

● 販路開拓：西武百貨店での催事販売、ほの国百貨店、道の駅での取扱いに成功

● メディア掲載：Yahoo!ニュース、NHK、中部経済新聞

6 キャラクターを前面に打ち出し差別化を実現・人気エステ店へ！

相談者／フェイススパきらりのこみち

◎創業：2011年 ◎事業内容：エステサロンの経営

元大手化粧品メーカーの美容部員。外資系アパレルブランドの企業OLを経て国内の大手化粧品メーカーの営業職に転身。子どもの療育を機に退職し、夫の美容院をサポートしながらエステサロンを開業。試行錯誤するもお客は多いときで1日1~2人程度。集客を図りたい。



相談当初のPR写真では、差別化が難しかった



キラ肌おかみのPR写真

OKa-Biz サポート

- 強み発見**：営業職で鍛えたコミュニケーション能力と6000人以上の肌を見てきた経験。
- コンセプト設計**：素肌を大切にしたいという思いからコンセプトを再設計し「キラ肌おかみ」として肌のプロと本人のキャラクターを前面に打ち出す。競合も多いため、肌に悩みを抱える人にターゲットをしぼり展開。
- 情報発信**：持続化補助金を活用してのチラシ作成、店舗看板などツールの作成を支援。また、ブランディングの一環としての社会貢献活動をサポート。



「キラ肌おかみマスコ」を前面に出した展開を実施

売上アップ：1~2人だった来客が1日最大8人まで集客成功

7 自社でできる情報発信でWebからの問い合わせ0から2桁増!

相談者／K&Eインターナショナル

◎創業：2005年 ◎事業内容：留学エージェント

留学・ホームステイの手配、現地サポートなどを行っている。これまでの集客のメインは口コミ。WEBでの情報発信は、業者に依頼。SEO対策にも取り組んでいたが、スマホ対応のないホームページなど効果は出ず、問い合わせは減る一方。



OKa-Biz サポート

- 強み発見**：口コミで東京、東海圏外から申し込みがあるリアルな海外体験プログラムを提供。ホームステイ先の選定など丁寧なサポートを提供している
- ターゲットの設定**：「ホストファミリー第一主義」としてターゲットに訴求できる強みを明確化、スマホ利用者層への情報発信の提案
- 情報発信**：スマホ対応の情報発信ツール（ビジネスブログ、ランディングページ）の開設、運用をサポート



- 昨シーズンWebからの問い合わせ0のところブログ開設から半年で問い合わせ12件（成約5件）
- 大手が優勢の留学市場で主に首都圏からの顧客獲得に成功

8 高級路線への商品コンセプトの見直しによる販路開拓成功

相談者／CIC（株）

◎創業：2001年 ◎事業内容：ダブルウォールガラスの製造、販売など
「RayES/レイエス」ブランドのデザイン・企画・販売・卸売。販売はネットショップのみで展開。売上アップと新商品開発を行っていきたい。

OKa-Bizサポート

- 強み発見：プレミアム感のある品質、WEBでの販売実績
- ターゲットの設定：ネット販売以外の販売チャネルとして百貨店
- 販路開拓：百貨店の紹介、付属品開発のための連携先の紹介
- 情報発信：クラウドファンディングの情報発信やメディアへのプレスリリースをサポート



販路開拓：大手百貨店（高島屋、ほの国百貨店など）で取扱いが開始され、ネットショップ以外での販路獲得に成功。ブランド力を活かし値引きされない販路開拓に成功

新商品開発：

- －クラウドファンディングで目標額142%の資金調達を達成し、新商品開発に成功
- －連携先とボトムカバー、ジュウバコマスなど付属品を開発

グラスの付属品など新商品を続々と市場投入予定

9 クラウドファンディング 207万円の支援を集め「廃版ブランド商品の復刻」で事業継続を実現へ

相談者／（株）太田煙火製造所

◎創業：1928年（昭和3年） ◎事業内容：おもちゃ花火の製造
創業88年、現在は5代目。噴出し花火の代名詞「ドラゴン」をはじめおもちゃ花火の製造を行っているが、安価な中国産におされ「ドラゴン」は2008年に製造停止。現在、国内市場の9割が中国産であり、純国産花火は苦戦を強いられている。同社も、経営悪化から、純国産花火製造の危機にあった。クラウドファンディングで資金調達し、コストをおさえた新商品で中国産に対抗したい。



OKa-Bizサポート

- 強み発見：噴出し花火「ドラゴン」のブランド力に注目。強みを最大限に活かす「復刻プロジェクト」を提案
- 情報発信：クラウドファンディングの企画立案およびメディアへのプレスリリースをサポート

メディア掲載：日本経済新聞を含む新聞6紙、Yahoo!トピックス2回を含むWEBメディア71、世界150か国へ配信されたNHK国際部含むテレビ5局へ露出

新商品開発：337人からの支援で目標金額の345%・207万円調達し、復刻版「ドラゴン」を市場投入

2017年のシーズンに向けた商品企画へ向けて動き出し中



10 強みを明確に伝える発信コンセプトを提案し、ブランド化

相談者／山幸不動産／岡崎の母

◎創業：1992年 ◎事業内容：占い・姓名診断、不動産業

25年間不動産業をやるかたわら、家相などを勉強し、占い業も15年間行う。占いは「当たる占い」と全国誌に掲載されたこともあるほどの実力で、顧客は市内外問わず、東京や沖縄、北海道など全国から来訪がある。昨今の世情を背景として業界全体として客足が減ってきているため顧客開拓をしていきたい。

OKa-Biz サポート

●強み発見：

占い師として15年の実績や長期のリピーター、遠方からも来訪するほどの実力。また、ズバツと相手のふところに入るキャラクター

●コンセプト設計：

「当たる占い」を分かりやすくするため「岡崎の母」としてポジショニングすることを提案

●情報発信：ビジネスブログ、動画での発信をサポート



動画サイトYoutubeでプチ手相講座を配信

売上アップ：「岡崎の母」が定着。4時間待ちになるほどの大人気に
メディア掲載：全国放映のテレビ出演など多数メディアに出演

11 シーンを絞ったサービス展開により利益率アップを実現

相談者／(有) ほなが

◎創業：1972年 ◎事業内容：呉服小売

実店舗「きものと帯 ほなが」と楽天・アマゾン・ヤフーショッピングでのネットショップ「和物屋」の両軸で事業を展開。ネット事業が売上の7割をしめる。ネットショップでは、草履部門1位獲得をするなど小物を中心に軌道にのっているが、利益率の高い実店舗での集客をのばしていきたい。

OKa-Biz サポート

●強み発見：実店舗での仕立て直し（サイズ直し）やクリーニングなどお手入れの充実。ネットショップでの商品を店舗でも販売することで豊富な品揃えを実現。草張りの鼻緒調整などが支持をうける

●ターゲット設定：着物リメイクサービスとして、成人式に母や祖母の着物を着たい人にターゲットとシーンを設定

●情報発信：料金体系を分かりやすくし、ビジネスブログに掲載。サービス実例を小まめに発信



売上アップ：実店舗への来客増加により利益率アップに成功
ブログから約20~50万円/月の新規顧客獲得、売上アップに成功

12 障がい者施設で市場ニーズを捉えた新商品開発と販路開拓

相談者／社会福祉法人岡崎市福祉事業団 のぞみの家

◎創業：1991年 ◎事業内容：就労継続支援B型事業

障がい者の将来の就労に向けた必要な知識や能力の向上支援事業。これまで工場などからの軽作業を請け負っていたが、景気に左右されるため売上が不安定で安価。障がい者の工賃を上げるために自主商品の製造販売を展開したい。相談を進めるなかで、唐辛子の一種であるハラペーニョの酢漬けに着目、商品展開できないか。

OKa-Biz サポート

- 強み発見**：国産かつ農薬などを使わないハラペーニョが希少
- 新商品開発**：商品の企画案、パッケージ制作などトータルでサポートを実施
- 情報発信**：障がい者施設のHPではなく、商品単独のページを作ることを提案。商品情報の発信から、問合せ、注文へ繋がるランディングページの開設をサポート



売上アップ：ネットショップで一般消費者からの受注に成功
販路開拓：道の駅での販売開始(予定)、大手百貨店でも商談中
新商品開発：「のぞみのハラペーニョ」を市場投入
メディア掲載：読売新聞、東海愛知新聞、地元ケーブルテレビなど
来季の新たな商品ラインナップと本格販売を準備中



13 啓蒙活動からビジネスに転換！大手企業・行政からの依頼殺到

相談者／on the Ground Project (株式会社エニシア)

◎創業：2012年10月

◎事業内容：LGBTに関する企業のプロモーション、研修活動
 大手IT企業をへて創業。本業はシステム開発だが、LGBTなどの多様性がより認められる社会実現のために啓蒙活動を行っていきたいとon the Ground Projectを立ち上げたものの中々受け入れられない。

OKa-Biz サポート

- コンセプト設計**：啓蒙活動ではなく、企業の売上・採用力強化を目的としたものへと見直し
- 強み発見**：LGBT人材を活用することで企業の売上アップに繋がること
- ターゲット設定**：人材不足の解消や社内人材育成を検討する経営者・人事担当者。多様性を打ち出す市町村



売上アップ：

- －大手企業（総合商社、外資系コンサルティング会社など）
- －行政機関（関市、美濃加茂市など）
- －岐阜県関市ではLGBTフレンドリーシップ宣言

メディア掲載：20件ほどに取り上げられる

中日新聞1面トップ・朝日新聞、NHK、CBCなどメディア多数

講師依頼が殺到し、現在は講師育成にも力を入れている

※LGBTとは、レズビアン、ゲイ、バイセクシュアル、トランスジェンダーの頭文字をとった総称であり、セクシュアル・マイノリティ（性的少数者）を指します。

成果事例(創業・起業)



■ 椿鍼灸院 川澄真央さん

- ・事業内容：鍼灸院
- ・2016年4月創業

鍼灸師の資格を取得し、大阪の鍼灸整骨院などで診療実績を積んだ後、地元岡崎で創業したいと2016年3月にOKa-Bizに初来訪。開院を1か月後に控える中、数多い競合との差別化を図るため、コンセプト・ターゲット設定とそれに基づいた情報発信（ビジネスブログの活用）、診療所の看板デザインなど迅速なサポートを実施。30~40歳代の女性向けメニューを設定するなどターゲットを明確にした積極的な営業展開により、開院1ヶ月目から100人以上（累計人数）の患者の来院に繋げることに成功。その後も徐々に新規顧客やリピート顧客の増加を図っており、創業1年目として順調な滑り出しを見せている。



■ メルベイユ株式会社 代表取締役 永田真奈美さん

- ・事業内容：オーダーメイドミニチュアドレスの制作および販売
- ・2011年 個人事業として創業 2016年 法人設立

個人事業として展開してきたオーダーメイドミニチュアウェディングドレス事業において、名古屋でのアトリエ設立を機に法人化。OKa-Bizには2014年9月に初来訪、岡崎での活動から名古屋への店舗展開、法人化、販路開拓など資金計画からブランディング戦略、社員育成にいたるまでステップアップに応じ総合的にサポートを実施。事業の推進力にすべく持続化補助金にも申請・採択。商品力の高さが大手ウェディングブランドの目に留まり、全国に販路を広げている。



■ DOG HOUSE RUPO 小幡紗千さん・仲澤礼華さん

- ・事業内容：犬のしつけ訓練、ペットホテル
- ・2016年8月創業

愛知県内のペット専門学校で出会った二人は、「飼い主とペットの犬がともに幸せな生活を送ってほしい」と創業を決意。2015年7月にOKa-Biz初来訪。OKa-Bizでは、事業計画書の作成から開店後の営業戦略策定など2016年夏の創業にむけて多岐にわたりサポート。大手競合店との差別化ポイント、飼い主とペットとの信頼関係や適正な距離の構築に対する同店の思いなどを整理し、ターゲットに届くようなメディア戦略サポートも実施。二人が出会った当初からの6年越しの夢であった店をオープンさせ、顧客開拓へと繋げている。



成果事例(創業・起業)



■木こりツリーサービス 神谷教司さん

- ・事業内容：森林整備業、樹木伐採業
- ・2016年3月創業

岡崎森林組合に11年間勤務、主に特殊伐採（周囲に障害物などがあり伐採が難しい樹木伐採）に従事。自身が持つ特殊伐採の技能を活かした創業を決意し、2015年12月にOKa-Bizに初来訪。近郊でわずか数人の「特殊伐採」というセールスポイントをターゲットに届けるためにビジネスブログによる情報発信をサポート。また、訪問営業も同時に展開をし、ニッチな産業での顧客獲得に繋がった。ゆくゆくは、特殊伐採の技能を教えることも視野に入れ事業を展開している。



■メイクessence 長瀬恵理子さん

- ・事業内容：メイクサロンの経営
- ・2015年12月創業

「2人の子どもの子育てや家族との時間も大切にしながら、自身の経験を活かし、女性の日常の幸せを、メイクを通じてお手伝いしたい」という想いから、プライベートメイクレッスンのサロンを開業することを決意。

サロンのコンセプト「あなたに“似合う”× あなたの“なりたい”で自分らしさが輝きだす！」づくり、SNSを通じた情報発信等をサポート。

2016年1月に自宅サロンを開業し、現在は2か月先まで予約がいっぱいの人気サロンに成長している。



■くらしの樹 松きょう子さん

- ・事業内容：お片づけサポート、お片づけ講座講師・コンサルティング業
- ・2015年5月創業

2014年6月 創業について漠然と考え始めた段階でOKa-Bizを初来訪。2015年1月 創業への決意を固め再来訪。

以来、夢を実現するために松さんの強み・サービスの魅力、他社との差別化について徹底的に議論。ターゲットとする顧客の絞り込みを行い、講座内容のブラッシュアップ、サービスメニューの開発を支援。あわせてビジネスブログでの情報発信、チラシ作成などPR戦略も支援。不安の多い創業期のチャレンジを伴走者として物心両面からトータルにサポート。

2016年10月より自宅講座開講。着実に事業を進めている。



■店舗経営からまちづくりまで、夢を受け止めてくれ、形にするためのサポートの場所

2014年、OKa-Bizが開設されたばかりの頃に初めて訪れ、義母が経営するブティックのことを相談させていただきました。以来、籠田商店街の会長、そして、籠田公園を管理する「かもめ組」の一員として携わる籠田公園のさまざまなプロジェクトについてもご相談しています。OKa-Bizは、私の想いを整理し、カタチにしてくれる場所。ここへ来ると、それまでぼんやりしていた想いが明確になるだけでなく、さまざまな人とつながりながら、実現へ向けてぐっと大きく動き出すのを感じます。

相談員の皆さんが真剣に、そして柔軟に話を聞いてくださるからこそ、思いきったことができるのだと思います。しかも、こんな機会が無料だなんて。本当にありがたいことです。



ブティック中屋
天野めぐみさん

■看護師から編集長に。資格の枠を超えた発想が生まれ、形になりました

私の名刺の肩書きはこれまでは看護師でしたが、今は編集長になりました。今春、初めてOKa-Bizに伺った時は、看護師の資格を活かした自費での訪問サービスの起業相談でした。自身の能力や起業の必要性などを深く考えまとめる、とても有意義な時間でした。相談を重ねる中で、当初の事業内容以外で目的を達成する新たな手段の発想が生まれました。それが「ひだまり」です。ひだまりでは、フリーペーパーの発行や「ひだまりスクール」開催などを行なっています。メディア戦略やクラウドファンディングの挑戦、フリーペーパーの完成と大変な道のりでした。3人の子どもを持つ一般の主婦感覚の私が、起業や経営など何もわからない中、ここまで達成できたのは、OKa-Bizがあったからだとしみじみ思います。今後も看護師の枠を超えて、新たなビジネスの発想、発展をOKa-Bizで相談しながら、目的を達成する事のできる「ひだまり」に成長していきます。



ひだまり
代表／編集長 鈴木扇帆さん

■社内ベンチャーとしてソーシャルビジネスを事業化へ・組織作りも売上もパワーアップ

天使のプレゼントは、スカイグラウンドの社内ベンチャーとして立ち上げた事業です。心身の安定と健康をたもつことを目的として個人向け癒しサービスを展開しています。なかなかすぐに上手くはいかないこともありますが、スタッフも増やす方向で進めています。来春、スカイグラウンドの事務所兼、天使のプレゼントの拠点となる場所を決定しまして、そこでの展開をまたご相談に伺いたいと思っています。サポートしてもらい作成したリーフレットも好評で、またブログからの問い合わせもあり、PRに関してはオカビズさんのおかげでゼロを100にしてもらったような気持ちです。初めて相談に行ってから2年で売上、組織づくりともかなりパワーアップしました。

お陰様で、何とか続けています。子育ての忙しさもあり気持ちもバタバタだったりしていますが、整理しながら少しずつ進めていきたいと思っています。また伺わせてください。



天使のプレゼント
責任者 後藤奈緒子さん

OKa-Bizへの評価



●【OKa-Biz 三周年へ寄せて】

ビジネスの分野において右肩上がりの成長を続けることはとても困難であり、水準が高ければ高いほど、その維持と発展に向けたハードルも高いものです。

そのような中OKa-Bizは3年目を迎えても引き続き相談者が増加していて、それを背景に明確な成果もあわせてふえるなど成長をとげています。センター長の秋元さん、副センター長の高嶋さんを中心とした運営メンバーとそれを支える岡崎市並びに岡崎商工会議所の高い目標意識、目標を必達しようとする意欲があればこそその姿ではないでしょうか。

全国47都道府県のよろず支援拠点、ならびに2017年1月現在1都8県で稼働中の10か所にのぼる〇〇Bizの中においてもOKa-Bizの継続的な活況ぶりは群を抜くものであり、f-Bizをモデルとする中小企業支援センターの模範的成功モデルと高く評価しています。

センター長、副センター長以外の専門家の皆さんのアドバイス力の確かな向上も見られました。定期的に訪問させて頂く際の個別相談会や研修会でディスカッションをする際、彼らの鋭い提案を聞いてわたし自身はっとさせられることが何度もありました。これはOKa-Biz全体の支援能力の向上とさらなる成果輩出につながっていくと思います。

OKa-Bizには今後各地に続々開設されるf-Bizモデル施設のリーダーやアドバイザーのOJTの場としての機能も期待しているところです。それがさらに岡崎市並びにOKa-Bizの発展につながっていきます。4年目の飛躍に期待しています。

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栄誉となる「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。



💡 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」をモデルにした産業支援の取り組み。

Bizモデルはコンサルティングで直接的に中小企業の売り上げを上げることに特化した無料の相談所として成果を上げている。その直接的な手法が画期的かつどの地域でも汎用できるモデルとして、地方創生の1丁目1番地と評され、注目を集めている。

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、その汎用性が実証されたことを受け、一気に導入を検討する自治体が増えた。現在、自治体等が主導で6か所の「〇〇Biz」が開設され、2016年度中にも福山ビジネスサポートセンター(Fuku-biz)など4か所の開設が控えている(2016年9月現在)。

Bizモデルの相談所では、町工場、商店主、農家、福祉事業者、起業家などあらゆる業態の企業・店舗・団体等の経営者から相談を受け、事業者を売上アップに導く。

最大の特徴は、現状分析や問題点の指摘ではなく、相談に来た事業者の長所を見つけ出し、その長所を生かした具体的な知恵を出し、ITやデザインなどのプロたちとチームで継続的に、売上を上げるサポートをする点である。

事業者の売上が上がる具体的な成果につながるこのBizモデルは、各地で注目を集めており、またモデルとなっているf-Bizは自治体からの注目にとどまらず、政府の概算要求に具体的な名前が掲げられるなど、国からの注目度も高い。

OKa-Bizへの評価



●【予算を配る支援から「稼ぐ支援」に高い評価を】

中小企業を支援する事業は、国と地方それぞれが多額の予算を投じて全国各地で行っています。しかしながら、その多くは相談件数や相談企業の業績改善などの成果が乏しく、中小企業のための支援ではなく、むしろ支援者のための支援事業なのではないか、と首をかしげる事例も少なくありません。

そのような中、OKa-Bizの取り組みは、以下の2点について高く評価し、今後の発展を期待します。

・適切な人材が生み出す高いパフォーマンスの中小企業支援

OKa-Bizは開設後一貫して着実に相談件数が増加し、3年目にしてその数が2000件を超えたのは驚異的です。さらにリピーターが多いというのも利用している中小企業経営者からそのサービス内容の業績への影響が高く評価されている証拠と思います。

さらに他の機関と比較して充実しているとは言い難い限定的な予算、人員体制にも関わらず、成果を挙げている点も高く評価するべきだと思います。適切に選ばれた支援人材が非常勤であっても効果的な支援を行えば、適切ではない常駐型人材よりも高いパフォーマンスを生み出せることを示しています。OKa-Bizのような効率的でレバレッジ効果の高い点について高く評価します。

今後はSkypeなど含めた遠隔アドバイスなどを活用し、全国に点在している優秀な人材、他の支援拠点にいるトップコンサルと連携した支援メニューの拡充にも取り組んでいただきたいと思います。

・補助金よりも利益創造型支援による、地域企業成長

補助金案内ばかりをする中小企業支援よりも、販路を紹介した上で新商品開発に着手したり、webデザインの見直しのサポートをして売上を増やしたりして利益創造を行うほうが、健全な企業を地域で発展させ、地域経済活性化につなげることが可能です。経費を補助金で軽減したところで、利益が残らなければ企業経営は立ち行きません。利益創造を中心とした支援を他でもなく中小企業経営者が望んでおり、それを実現している点も高く評価します。

今後は売上増加に応じたレベニューシェアによる上級支援メニューなどセンター独自の収入を作り出し、サービス投資を行う体制が構築されると予算だけに依存せず素晴らしいと思います。

・全国への示唆

OKa-Bizの事例から、全国で実効性の高い中小企業支援を展開するためには、従来から組織などに所属している人材ではなく、能力のある適切な民間人材を積極的に登用することが大切です。さらに、補助金案内中心の中小企業支援から脱却し、利益創造を中心とした支援事業が可能な体制を全国で構築していくことが必要であることもわかります。

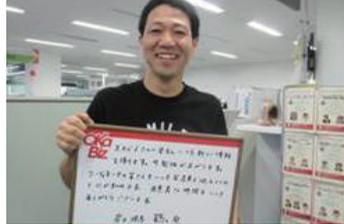
OKa-Bizが4年目にさらに発展し、従来の中小企業支援とは大きく異なる実績を創り出し、このような取り組みが全国に拡大することを期待します。

木下 齊 氏

一般社団法人エリア・イノベーション・アライアンス代表理事、内閣官房地域活性化伝道師

1982年東京生まれ。早稲田大学高等学院在学中の2000年に全国商店街合同出資会社の社長就任。早稲田大学政治経済学部政治学科卒業後、一橋大学大学院商学研究科修士課程へ進学。08年、熊本城東マネジメント株式会社、09年一般社団法人エリア・イノベーション・アライアンスを設立。内閣官房地域活性化伝道師や各種政府委員も務める。主著に「地方創生大全」(東洋経済新報社)、「稼ぐまちが地方を変える」(NHK新書)、「まちで闘う方法論」(学芸出版)、「まちづくりの経営力養成講座」(学陽書房)がある。





OKa Biz

岡崎ビジネス サポートセンターOKa-Biz

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

(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29年3月（第1版）

