



釧路市ビジネスサポートセンターk-Biz

活動報告書

2021年9月～2022年8月

センター長ごあいさつ

コロナ禍の影響が続き、物価高も重なる大変厳しい状況の中、釧路市ビジネスサポートセンターk-Bizが4周年を迎えました。コロナ融資の返済が来年から始まり、円安・物価高の影響は既に大きく、今後の地方経済、中小企業を取り巻く環境は一層厳しいものになることが予想されます。そのような向かい風に立ち向かう、地域の中小企業さまを全力でサポートすべく、我々もより一層の自己研鑽に励み、相談業務の質を向上させる必要があると強く感じております。5年目に突入いたしますが、引き続き、地域の皆様からのご指導ご鞭撻のほどよろしくお願いいたします。



センター長
澄川 誠治

設立の背景

釧路市では、地域経済のプラス成長と雇用の創出を図るため、企業の「稼ぐ力」の強化に取り組んでいます。この一環として、2010（平成22）年度から継続的に連携を深めてきた「富士市産業支援センターf-Biz」をモデルに「釧路市ビジネスサポートセンターk-Biz」を設立、運営することとしました。

k-Biz立ち上げにあたり、地域の中小企業支援機関が一体となった運営が必要不可欠であるとの認識の下、2017（平成29）年8月に釧路市、経済団体、金融機関の10団体で構成する釧路市ビジネスサポート協議会を設立、センター長公募を経て、翌2018（平成30）年8月21日に、北海道・東北エリアで初となる、釧路市ビジネスサポートセンターk-Bizをオープンしています。

開設から1年間で当初の計画を大きく上回る1,200件の相談が寄せられたことから、2年目にはブランディングマネージャー（現副センター長）とチーフディレクターの採用により体制を拡充。3年目、4年目も多く事業者にご利用いただき、累計相談件数は7,000件を突破。リピートでの利用が大半を占めており、地域の事業者の期待に応える、質の高い継続的な支援を行う体制を維持しています。



営業の概要

場 所 釧路市北大通4丁目1-1 北大通4丁目ビル2F
営業日時 火～土（祝日・年末年始除く） 9時～17時
相談方法 電話、FAX又はメールで事前予約の上来所。相談は原則1回1時間で何度でも無料。

スタッフ紹介（2022年8月現在）



センター長
澄川 誠治



副センター長
田辺 貴久



ITアドバイザー
佐々木 圭一
（非常勤）



チーフディレクター
五十部 有紀

・スペシャルアドバイザー

竹内 誠一
榎本 淳子
山村 翔平
佐藤 佳祐

・事務局スタッフ

天川 祥爾
奥山 亮兵

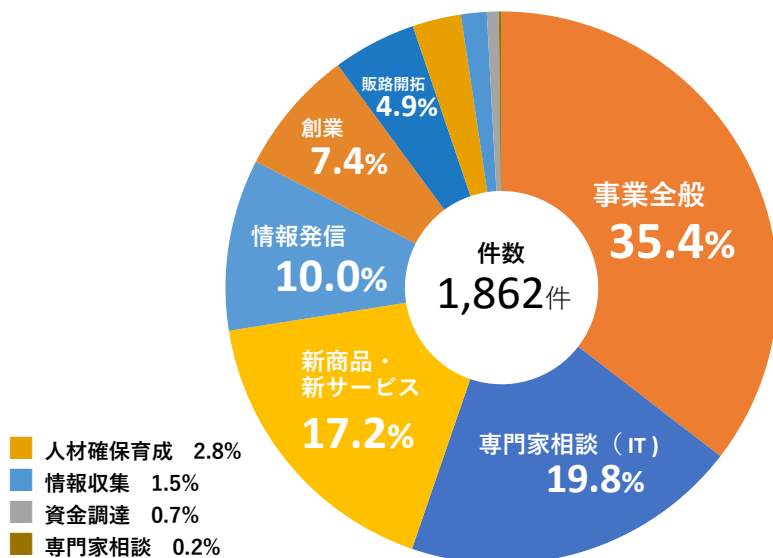
4年目の実績

相談件数

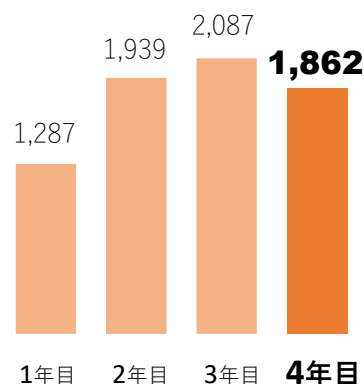
2021年9月～2022年8月 **1,862** 件（1日平均 7.7 件）

オープンから累計 **7,175** 件

相談内容



相談件数の推移

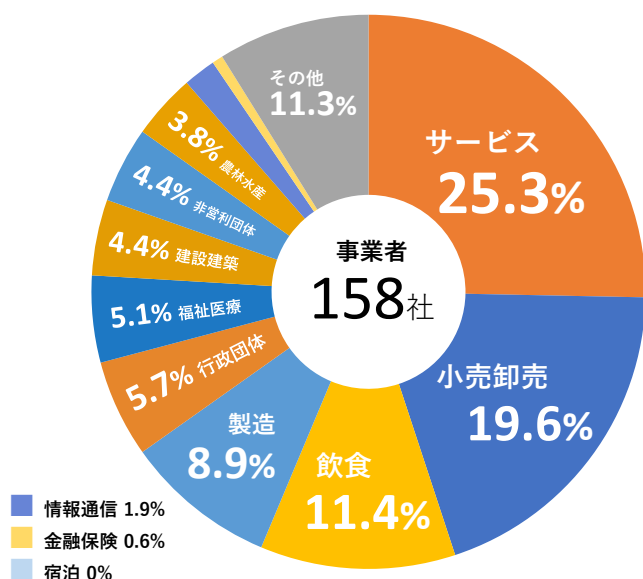


新規申込事業者数

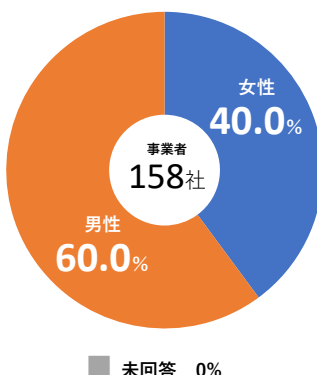
2021年9月～2022年8月 新規事業者 **158** 社

オープンから累計 **910** 社

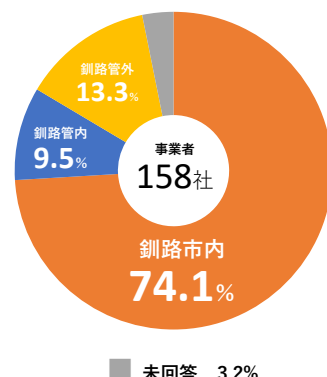
業種割合



性別割合



所在地割合

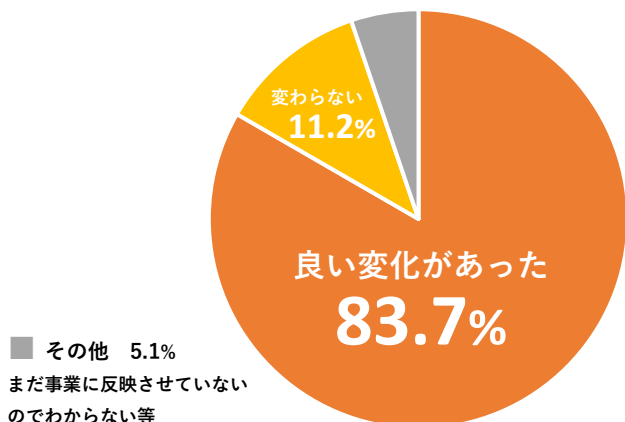


4年目の実績

相談者アンケート

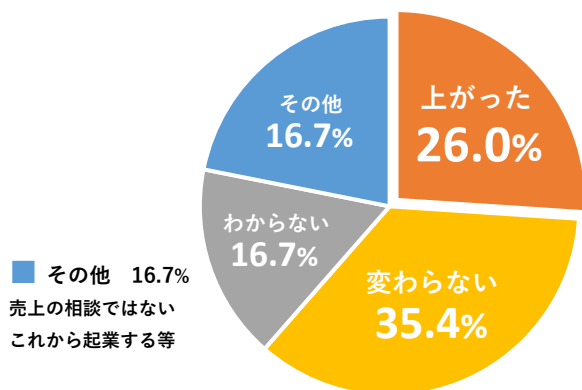
対象：2021年9月1日から2022年8月31日までの来所相談者
調査主体：釧路市ビジネスサポート協議会
調査方法：インターネットアンケート
送付数：277件 有効回答数：98件（35.4%）

Q1. k-Bizへの相談により、ご自身や会社の良い変化はありましたか？

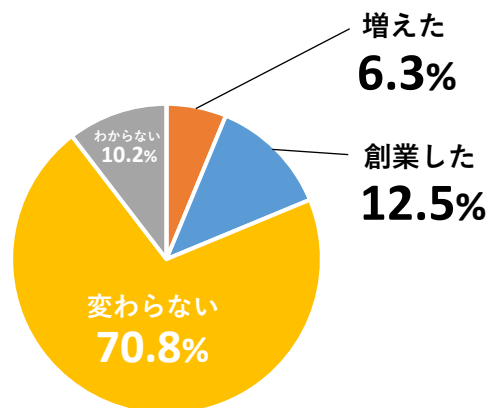


Q2. k-Bizへの相談により売上は上がりましたか？

※会社全体の売上ではなく、相談した（提案を受けた）部分について



Q3. k-Bizへの相談により雇用は増えましたか？



セミナー開催

2022年2月25日 「副業人材・移住人材 活用事例&セミナー」

テレワークの浸透や副業解禁により、都市部の人材を地方で活用する事例が増加していることを踏まえ、株式会社みらいワークスの高橋寛氏よりwithコロナ時代「攻めの経営」のためのプロ人材活用オンラインセミナーと題しご講演いただき、併せて、実際に釧路で活躍する副業・移住人材の事例を紹介しました。

2022年3月4日 「知的財産とデザインセミナー」

東北・北海道Bizネットワークによる合同セミナーとして開催。株式会社ソニーデザインコンサルティングの増田光良氏、江下就介氏を講師に迎え、商標権や意匠権といった知的財産について、身近な事例を挙げながら解説していただきました。

このブロックには2つのセミナーのポスターが掲載されています。左側のポスターは「副業人材・移住人材 活用事例&セミナー」で、2月25日（金）13:00-15:00に開催され、参加費は無料です。右側のポスターは「知的財産とデザインセミナー」で、3月4日（土）12:00-13:00に開催され、参加費は無料です。両ポスターとも講師の紹介やセミナーの概要が記載されています。

4 年目の実績

メディア掲載・情報発信

プレスリリース件数

公式Facebook情報発信件数

公式Twitter情報発信件数

新聞掲載件数

テレビ放映回数

53 件

77 件

122 件

106 件

5 回

伊藤さん 和商で食堂開店

「感謝の思い料理に」

釧路銘菓「ししもハイ」

CFで55年の味守る

限定返礼品など用意

管内初の病児保育施設「スクラム」始動

第二の人生ドッラン開業へ

市内に野球用品専門店

タラフライバーガーに採用

東家の飲

米粉バブルワッフル

「スクラム」始動

工場見学も釧路産物 元クレインズ大嶋さん

「スクラム」代表の佐野達紀さん（前列左から2人目）、奥の音子さん（同3人目）と看護士や保育士のスタッフたち

「スクラム」代表の佐野達紀さん（前列左から2人目）、奥の音子さん（同3人目）と看護士や保育士のスタッフたち

「スクラム」代表の佐野達紀さん（前列左から2人目）、奥の音子さん（同3人目）と看護士や保育士のスタッフたち

STV NEWS

最低限 目指していた3位だった 最高の出来だった

山口正則さん

STV NEWS

その素材のおいしさを生かせるような料理を作ろうと心掛けている

伊藤 満康さん

NHK 北海道

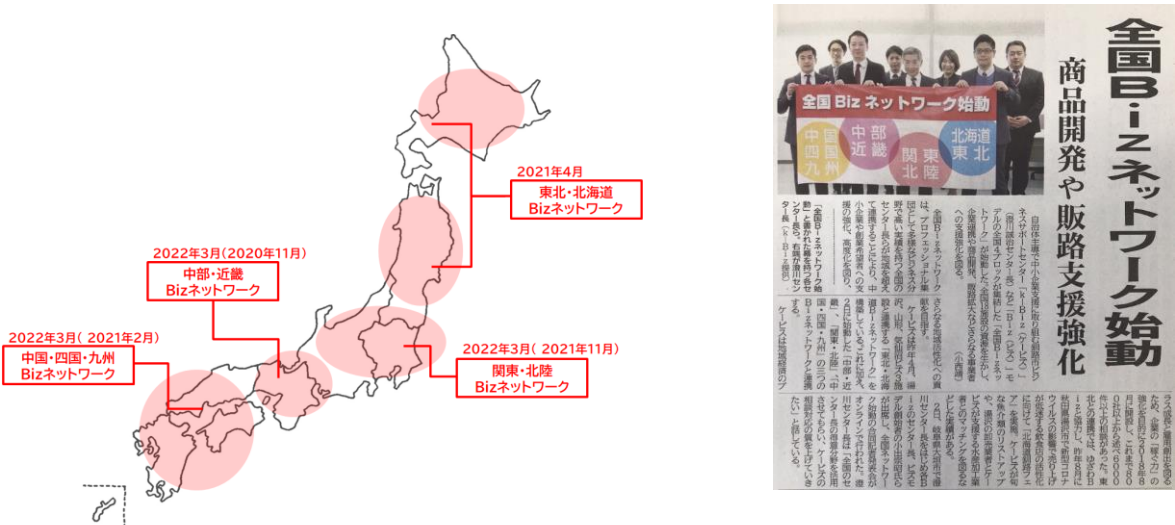
家庭で料理にあわせてお米を選ぶ楽しさをお伝えできれば

舟木 勇策さん

その他取り組み

全国Bizネットワーク

2021年4月に発足した東北・北海道Bizネットワークに加え、関東・北陸、中部・近畿、中国・四国・九州の3つの連携ネットワークが発足したことを受け、全国Bizネットワークを発足。2022年3月2日に小出宗昭氏と全国のセンター長が集まり、記者会見を行いました。このネットワークの発足により、全国のセンター長の持つ得意分野を活かし、より効果的な事業者支援につなげていきます。



支援事例 1 スタジオチハ

趣味のカメラ技術とご自身の闘病経験を活かす、商業カメラマンとしての独立をサポート。開業1年で多岐にわたる受注を獲得

■開業：2021年 ■代表：富田 智春 ■従業員：0名 ■事業内容：商業カメラマン

相談内容

持病があり就業が難しいため、個人事業主として仕事をしていきたい。



ディスカッション

- 強み 趣味であったカメラの撮影技術が高いレベルにある。
- 想い 3度のがんを経験したことから、がん患者の気持ちに寄り添いたい。
- トレンド 乳がん患者が手術前に自身の写真を撮影する「術前フォト」が広がっている。

ご本人の本当に取り組みたいライフワークを明確化。

がん経験者として、闘病されている方に寄り添った術前フォトの事業化を提案。

サポート

- 実績作り k-Biz相談者を中心に撮影の仕事をマッチングし、商業カメラマンとしての実績づくりをサポート。
- コンセプト作成 自身の想いを伝えるコンセプトを「術前フォトを撮影できるフォトグラファー」として具体化し、HP作成をサポート。
- 情報発信 フォトスタジオ開設のためのクラウドファンディング実施と、開業に向けたプレスリリース、実績や想いを伝えるブログ開設をサポート。



成果

- スタジオオープン費用を募ったクラウドファンディングで支援額76万円、支援者数87人を達成。想いに賛同した方からスタジオ用機材の提供を受けるなど、支援の輪が広がる。
- 2021年10月のオープン以来、術前フォトだけでなく、家族写真やウェディングフォト、広告写真など多岐にわたる仕事を受注。



相談者の声：スタジオチハ 代表 富田 智春 様



こちらの話を丁寧に聞いてくれるので、毎回身構えずに相談に行くことができます。k-Bizの皆さんを信頼できたからこそ持病のお話をする事ができ、それが今の事業に繋がっています。個性豊かなアドバイザーの方々が、それぞれの強みを活かして相談にのってくれるのでとても心強く、事務局の方々も親切で頼りになります。これからも写真を頼んでくれる個人や企業の方に喜んでもらえるよう、頑張りたいと思います！

創業に向け、事業計画策定やサービスコアの設定、情報発信を徹底伴走
オープン前から話題になり、開始3ヶ月で登録数120頭以上の人気施設に

- 開業：2022年 ■代表：大嶋 良介 ■従業員：0名
■事業内容：ドッグラン ■住所：阿寒町下仁々志別18線128-2

相談内容

アイスホッケーチーム・日本製紙クレインズの元選手。日本製紙釧路工場の閉鎖を機に退職し、釧路に残って開業を決意。大型犬を飼育しており、ドッグランの開設を検討している。



ディスカッション

- 強み 愛犬のためにドッグランを作りたいという強い情熱があり、年齢も若く元アスリートで体力もある。また相談者本人の人柄により、有力な事業用地情報が集まっていた。
- リサーチ 周辺地域には公共施設併設や小規模なドッグランはあるが、大型犬が思い切り走り回れる施設は存在しない。
- 課題 選手引退後は日本製紙釧路工場に勤務していたため、これまで事業の経験はない。

**事業構築全般をサポート。目標となるドッグラン施設を設定し、
周辺施設との差別化のため、有料施設としてのサービスコアを設定。**

サポート

- 創業準備を伴走支援 事業計画策定、資金調達等の創業準備全般を支援。
- 有料施設としての差別化 「管理人常駐でトラブルが少ない」と「犬のためのドッグラン」を差別化のためのサービスコアとして設定し、地形を活かした犬優先のランドプラン設計をサポート。
- 情報発信 開業に向けたプレスリリースや、SNS発信をサポート。

成果

- 新聞記事やSNSの効果で、オープン前から愛犬家の間で話題に。
- 初月の来場者は60組を超え、黒字スタートに成功。開始3ヶ月時点で会員登録頭数は120頭以上。
- 道東最大級の施設となったことから、帯広や根室、網走など、近隣のドッグラン施設では呼び込めないエリアから顧客を獲得。

相談者の声：Stubble Village 代表 大嶋 良介 様



ドッグランをやりたい！以外何もない構想段階からオープンまで月一回のペースで相談させていただきました。

頭の中のやりたい事を言語化するところから、開業のために何がいつまでに必要かをアドバイスいただきました。気持ちしか持っていかなかった状態から開業までの全般をサポートいただきとても感謝しています。



人気の自家製肉串を、飲み物と組合せて1000円のセット商品に 音別でのバーベキュー用の購買ニーズを開拓し地域外客を獲得

■開業：1970年 ■代表取締役：伊藤 哲治 ■従業員：2名
■事業内容：スーパーマーケット ■住所：音別町本町1-100

相談内容

商圈である周辺地域は人口の減少が続いており売上の減少が懸念されるため、今後に向けて新たな売上獲得のための策を考えたい。



ディスカッション

- 強み 精肉や魚は毎日仕入れにいき、肉は自店でさばいている。リピーターの多い肉串は、店舗で串打ちをしているオリジナル商品で、新鮮なものを価格を抑えて提供できる。
- 課題 音別地域の人口減に加え、高齢化により客単価のアップも難しい。
- トレンド 道東はバーベキューが盛ん。特にコロナ禍で全国的にアウトドアアクティビティが人気に。音別地域も音別憩いの森キャンプ場は地域外からも利用客が多い。
- 外的要因 音別憩いの森キャンプ場に来る人は、釧路市内で予め買い物をしてくる人がほとんど。

キャンプ場利用者に向けて、人気の肉串をバーベキュー用の商品としてPRし、
地域外からの来店促進と新たな顧客からの売上獲得を狙う。

サポート

- 既存商品の組み合わせによる新商品考案 人気の肉串とビールを組み合わせた1000円セットを作成。“せんべろ(1,000円でべろべろに酔える)”にならい、1,000円で手軽にバーベキューが楽しめる“せんQセット”と名付け商品化。
- 情報発信 販売開始に合わせたプレスリリースや、商品チラシの作成をサポート。地域外への情報発信強化のためTwitterの利用もアドバイス。



成果

- 「せんQセット」をきっかけに、地域外からもキャンプ用の食材や道具を購入できる音別の店舗という認知を獲得。キャンプ場利用客の来店が増えた。
- セットの他、食料、炭や紙皿などのバーベキュー用品も売れるように。
- 自家製肉串がメディアを通じて知られることで、肉串を目的に数十本単位でわざわざ購入しにくるケースも。
- Twitterでの毎日の商品紹介が話題に。紹介した商品は売れ行き好調。



相談者の声：生鮮屋いとう 精肉チーフ 伊藤 良 様



新しい取り組みによって、市内中心部からのお客様や北九州からの旅行者の方にご来店いただくなど、今までは考えられなかったお客様にもご来店いただき、毎日のモチベーションになっています！インターネットを活用した情報発信はこれまでやったことがありませんでしたが、使い方や発信する内容についてアドバイスいただけたことで安心して取り組むことができました。

自家焙煎スペシャルティコーヒーのブランディングをサポート “味にこだわる店”という認知を獲得し、米の小売にも相乗効果

- 開業：1933年
- 代表取締役：舟木 博
- 従業員：3名
- 事業内容：米穀店（コーヒー卸売・小売業）
- 住所：浪花町9-3

相談内容

家業の米穀店と並行して製造・販売を始めた、自家焙煎のスペシャルティコーヒーの売り出し方を相談したい。



ディスカッション

- 強み 相談者は札幌や東京のコーヒー専門店で修行した経歴を持つ。自家焙煎の技術だけではなく、生豆の素材にもこだわったスペシャルティコーヒーであり高品質。
釧路で人気の飲食店では、すでにいくつかの店で舟木コーヒーが採用されている。
- 課題 釧路のコーヒー豆市場はこれまで深煎りでお手頃価格のブレンドコーヒーが主流で、比較的高級なスペシャルティコーヒーはあまり知られておらず、味と価格に馴染みがない。
- トレンド 食通の間では、品種にこだわったスペシャルティコーヒーが認知され人気を集めている。

食のプロに美味しさが認められたコーヒーだと訴求することで

味にこだわる人を中心に舟木コーヒーは美味しいコーヒーだという認知を獲得することを提案。

サポート

- 食のプロのおすみつき ホームページの内容づくりをサポート。舟木コーヒーを取り扱う釧路の人気飲食店による味に対するコメントを掲載し、食のプロのおすみつきであることを訴求。
- 焙煎士としてのこだわり訴求 北海道発の人気コーヒー店での修行経験や導入しているこだわりの焙煎機など、焙煎士としての舟木さんご自身のこだわりを訴求し「この人のコーヒーを飲みたい」というブランディングを実施。

成果

- 人気のベーカリーなど取扱店のお客様を中心に知名度を獲得。SNS、Google Map等を通じてコーヒー購入目的の来店が増加。
- 新聞等では狙い通り舟木さん自身に焦点を当てた記事が掲載され、取材記事を通じて焙煎や豆へのこだわりが伝わった。
- コーヒーを通じて味にこだわりのある店と認知されることで、お米の小売販売も増加。メニューに合わせたセレクト米など米での新展開にもつながる。



相談者の声：舟木米穀店（舟木コーヒー） 舟木 勇策 様、夕紀 様



コーヒー事業をどのように続けるか悩んでいた時、k-Bizで第三者的な意見をもらい、米穀店と並行して行なっていく今のカタチを確立することができました。苦手なデジタル部分をサポートいただき、自分たちだけでは進められなかったこともテンポよく、スピード感を持って進められました。認知度がアップし、成果が目に見えて出てきたのが嬉しく、仕事にやりがい生まれ、もっと頑張ろうと思えました！

コンテスト出場を機に話題性のある企画によるパブリシティ戦略を実施 初心者にも丁寧な接客をPRし大手との差別化を実現・新規顧客を獲得

■開業：2018年 ■代表：山口 正則 ■従業員：1名
■事業内容：パーソナルトレーニングジム ■住所：新橋大通6-1-21 福西ビル3F

相談内容

周辺にトレーニングジムが複数オープンしている状況の中、既存の常連客の流出を防ぐとともに、新規の顧客も獲得していきたい。



ディスカッション

- 強み 代表はベストボディジャパン札幌大会で準グランプリを受賞した実績を持つ実力者。本格的な機材・道東唯一の機材など、充実したトレーニング環境が揃っている。また、トレーナーが常駐しフレンドリーかつ丁寧な接客で女性会員からの人気も高い。
- 課題 「本格的なトレーニングを行うプロ向けのジム」というイメージが根強く、気軽に始めたい新規顧客にとって心理的ハードルが高い。
- 外的要因 直近のベストボディコンテストに出場予定。

コンテスト出場に合わせて話題性のある企画を行いパブリシティによる認知獲得を狙う。
同時に、強みである「フレンドリーで丁寧な接客」をPRし、競合ジムとの差別化を図る。

サポート

- イベント開催提案と企画サポート コンテスト参加前に地元栄養士から栄養豊富な鹿肉オリジナルメニュー贈呈式を企画し、メディア取材を実現。入賞とあわせてメディア掲載。
- 霧フェスで主催イベント開催 くしろ霧フェスティバル内の企画として肉体美を競う「筋肉フェスティバル」の実施を提案・企画。霧フェス来場者への認知を獲得。イベントの様子は新聞にも掲載。
- 情報発信の強化 パーソナルトレーニングの流れや、店内の雰囲気、設置しているマシン、トレーナーの紹介など、来店する前の不安を払拭する情報発信をサポート。

成果

- 地元新聞を中心に複数回掲載された他、TV、ラジオからも取材を受けるなどメディアで多数紹介されることで一般認知を獲得。
- 新規に競合フィットネスジムが開業した後も、売りであるパーソナルトレーニングの申込みは好調。新たにトレーナーを1名新規雇用。



相談者の声：ボディメイクジムルヴァン 代表 山口 正則 様



開業してすぐに金融機関の担当者から紹介いただき、相談に伺いました。自分の苦手な情報発信について丁寧にサポートしていただいたことで、多くのメディアに紹介され、新たなお客様の集客にもつながりました。また、日々の業務が忙しい中、自分で情報収集することには限界がありましたが、気軽に何でも聞くことができるので、いつも頼りにしています。

クリーニングに使用している業務用洗浄水を小分けにしパッケージ化プロが使用する本格商品として売り出し、新商品として売上を獲得

■開業：1969年 ■代表取締役 佐藤 隆紀 ■従業員：19名
■事業内容：クリーニング業 ■住所：鳥取南6-2-24

相談内容

既存クリーニング業に加え、新たな売上を検討していきたい。



ディスカッション

- 課題 周辺地域の人口減少に伴い客数も減少しており、客単価を上昇させる施策の検討が必要。
- 強み クリーニングで業務用として大量に使用しているアルカリイオン電解水は、薬品ではないため肌や環境にも優しく、希釈次第で様々な用途で安心して使用できる。実際に、お客様には掃除用として小分けで提供しており、大変評判が良い。

日常的にクリーニングで使用している業務用の専用水を小分けにして商品化。
「プロが使用している洗浄水」として根拠とともに打ち出し、新規顧客を獲得。

サポート

- 商品コンセプト・名称の提案「クリーニングのプロが使っている」ことを商品コンセプトとし、商品名を「パールウォーター」に決定。
- 販促物制作・SNSでの情報発信サポート 実際の効果や「安心して使える」ことを伝えるチラシと使用動画の制作を提案。わかりやすく伝えるため情報の整理・構成をサポートし、同時にSNSでの情報発信もサポート。



成果

- 購入された方の多くが洗浄力を実感し、リピート購入が増加。詰め替えでの販売も開始、リットル単位で購入されることも。
- 詰め替えも含め年間300本分以上を販売する人気商品に。
- SNSが学生や通勤族等の新たな客層にリーチ。新規来店につながる。



相談者の声：パールクリーニング有限会社 代表取締役 佐藤 隆紀 様



最初は相談内容も明確ではなく、「もっと多くの方に当社をご利用いただきたい」という想いで伺いました。色々とお話する中で様々なご提案いただき、その後はセンター長やITアドバイザーをはじめ、皆さんの得意分野を活かしてサポートいただきました。その結果、多くの方に当社の商品・店舗を知っていただくことができ、k-Bizを利用してよかったと感じています。

相談予約受付中！

釧路市ビジネスサポートセンターk-Biz

■運営：釧路市ビジネスサポート協議会

■〒085-0015 北海道釧路市北大通4丁目1-1北大通4丁目ビル2F

■営業日：毎週火曜日から土曜日（祝日・年末年始を除く） 9時～17時

■FAX：0154-68-5634 URL：<https://www.kushiro-biz.net/>

☎0154-68-5624 ✉info@k-biz.kushiro.jp

最新情報はコチラ！



スタッフブログ



Facebook

釧路市ビジネスサポートセンターk-Biz活動報告書 2022（令和4）年12月

作成：釧路市ビジネスサポート協議会

〒085-8505 釧路市黒金町7-5 釧路市役所商業労政課内

Tel：0154-31-4548

E-mail：sho-shougyourousei@city.kushiro.lg.jp