

【地域活性化フォーラム】

地域個性を世界に訴求するブランディングの事例研究

—岡崎市における先駆的取組みの特徴と課題—

愛知産業大学 今枝千樹

京都大学 藤井秀樹

要 旨

今枝・藤井[2021]において、「地域資源開発モデル」を提示した。当該モデルは、地域資源開発の先進事例に共通する特徴を整理・分析することによって、先進事例の教訓を他地域にも適用可能な「取組みの指針」ないし「取組みの評価基準」として一般化したものである。本研究では、「地域個性を世界に訴求する商品の開発活動」を「ブランディング」と定義した上で、岡崎市におけるブランディングの事例調査の結果を、地域資源開発モデルに照らして整理し、調査事例の特徴と課題を明らかにしている。

1. はじめに

われわれは前稿（今枝・藤井[2021]）において、「地域資源開発モデル」を提示した。当該モデルは、地域資源開発の先進事例に共通する特徴を整理・分析することによって、先進事例の教訓を他地域にも適用可能な「取組みの指針」ないし「取組みの評価基準」として一般化したものである。

佐藤[2022]によれば、「人口減少下において地域経済の活力を高めるため」の「鍵」は「内発型の域外市場産業」の育成であり、それを支える「地域個性を世界に訴求する人材」の確保・育成が課題になるとされる。すなわち、個性的な地域素材に付加価値を与えることによって、域外市場（すなわち他地域市場または国外市場）で広く需要される個性的な商品を開発すること、そしてそれを担う人材を確保・育成することが、少子高齢化のもとでの地域活性化には必要であると、佐藤[2022]は指摘しているのである。この指摘は、ポーター（Porter[1980]）が提唱する差別化による競争戦略と、基本的な考え方において軌を一にするものであり、日本経済の現況を加味して当該戦略論を肉付けしたものとしてこれを位置づけることができる。「地域個性を世界に訴求する商品の開発活動」を、本稿では包括的に「ブランディング」と呼ぶことにする。

本稿の目的は、2022年度岡崎大学懇話会「岡崎における産学官共同研究助成事業」の一環として実施した岡崎市におけるブランディングの事例調査の結果を、地域資源開発モデルに照らして整理し、調査事例の特徴と課題を明らかにすることである。その作業を通じて先進的事例の取組みを教訓化し、当該取組みの他の地域への移転可能性について探っていきたいと考えている。本稿が、人口減少下の地域活性化のあり方を考える際の一助ともなれば幸甚である。

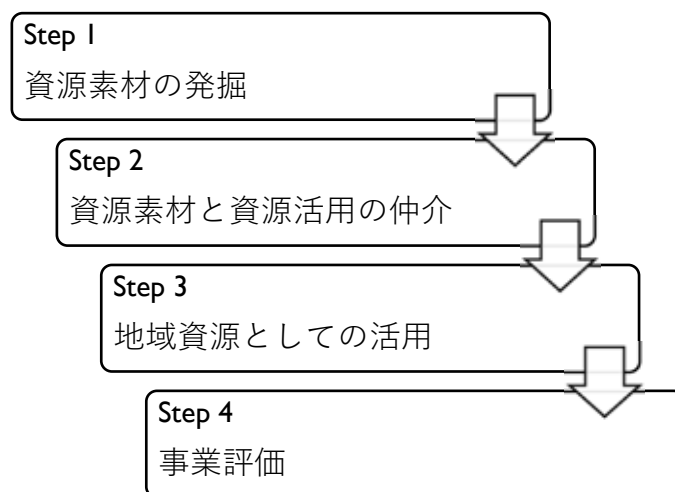
2. 地域資源開発モデル

この節では、事例調査の結果を整理するための枠組みとなる地域資源開発モデルについて、必要最小限の（再）説明を行っておきたい。前節でもふれたように、当該モデルは、先進事例の教訓を他地域にも適用可能な「取組みの指針」ないし「取組みの評価基準」として一般化したものである。当該モデルの開発に当たっては、ドラッカーの自己評価ワークブック

(Drucker[1999]) を参考にした。

地域資源開発モデルの全体像を図示すれば、図表1のようになる(今枝・藤井[2021])。以下では、図表1によりながら、当該モデルの各 Step について、(再)説明を行っていきたい。

図表 1. 地域資源開発モデル



(出所) 筆者作成。

Step 1 資源素材の発掘が、Step1 の課題である。資源素材は多くの場合、自生的に存在するが、それを保有・支配する主体も含めて関係者は、その潜在的価値に気づいていない。地域活性化に結び付く地域資源開発を行うためには、ポーターの競争戦略論が教示するように、オンリーワンの価値創造を行う必要があり、そのためにはそうした価値創造に繋がる潜在力を秘めた資源素材を発掘することが求められる。こうした資源素材の発掘には特殊な能力・技能を必要とすることが多く、その作業は一般に難度の高いものとなる。

Step 2 資源素材と資源活用の仲介が、Step2 の課題である。資源素材を、地域活性化をもたらす経済資源として活用できるようにするには、当該資源素材の潜在的価値を実現し、あるいはそれに付加価値を与える必要がある。その作業を可能にするのが、情報の仲介・結合である。先進事例では、資源素材の事情に精通した仲介者が存在し、地域資源の活用においても当該仲介者が重要な役割を果たしている。そうした仲介者が、Step1 における資源素材の発掘を手がけることが多く、その意味で、Step1 と Step2 は連続性の高いプロセスとなる。

Step 3 地域資源としての活用が、Step3 の課題である。地域活性化の経済効果が生み出されるのは、この Step においてである。資源素材を地域資源として活用するのは基本的には、地域の事業者(その多くは中小・零細企業)である。改めて指摘するまでもなく、域外市場への訴求力が大きいほど、その経済効果は大きくなる。

Step 4 事業評価が、Step4 の課題である。地域資源開発を持続可能な取組みとするには、期待された成果が得られているかどうかを評価することが重要になる。先進事例においては、その取組みにおいて程度の差はあるが、限られた資源素材を有効に活用するためにも(内部管理目的)、利害関係者(納税者・地域住民等を含む)への説明責任のためにも(外部報告目的)、事業評価がなされている。

3. 調査事例としてのオカビズ

(1) 調査事例の概要

今回の調査事例として取り上げたのは、岡崎ビジネスサポートセンター（略称「オカビズ」）である。2023年1月31日（13:30～15:00）に実施した岡崎市担当課（小林隆幸氏・岡崎市商工労政課オカビズ担当）に対するオンラインのヒアリングで、当該事業を紹介されたのが切っ掛けである。

岡崎市は、経済振興部商工労政課の事業として、2013年にオカビズを創設した。その事務局は、岡崎図書館交流プラザ「りぶら」および「イオンモール岡崎」に置かれている。オカビズの目的は、中小企業や起業家を対象に無料でビジネスに係る諸般の相談に対応することである。岡崎市は、特命随意契約を締結することで、その運営を、「株式会社やろまい」（以下「やろまい」）に委託している。

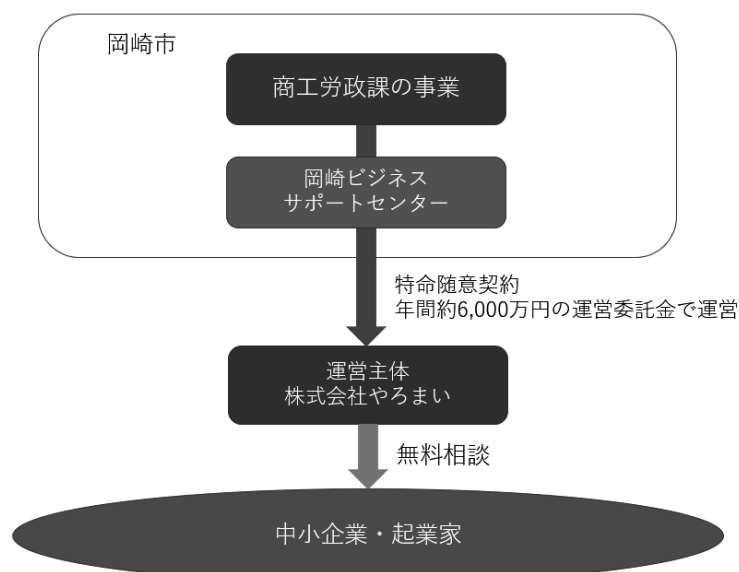
やろまいには、年間約6,000万円の運営委託金が、岡崎市から支払われている（岡崎市[2022]）。オカビズは、ビジネスコーディネーター、IT・デザインアドバイザーなどの専門スタッフと企画広報コーディネーターなど12名のスタッフで運営されている（岡崎ビジネスサポートセンター[2023a]）。2022年10月の活動報告書（岡崎ビジネスサポートセンター[2022b]）によれば、オカビズが2021年10月～2022年9月に受けた相談件数は、約2,600件とされている。

以下、本稿におけるオカビズとやろまいに関する記述はすべて、刊行物やウェブ等で一般に公開されたオープンデータによっている。また、それらに関する解釈や評価は、われわれの学術的判断によるものであり、ありうべき誤謬等はすべてわれわれの責に帰するものであることを、あらかじめお断りしておきたい。

(2) オカビズの制度的スキーム

オカビズの制度的スキームについて、簡単に整理しておきたい。その概要は、図表2のように要約することができる。

図表2. オカビズの制度的スキーム



（出所）筆者作成。

オカビズは、岡崎市商工労政課の事業として設置されているが、その運営は外部の事業者であるやろまいに委託されている。オカビズは岡崎市から交付される運営委託金によって運営されており、したがって中小企業や起業家は無料でオカビズに相談することができる。オカビズは売上アップに特化したビジネス相談所であり、オカビズが提供するビジネスサポートの特徴は、①業種に関係なく、あらゆる事業の相談に答える点 (Hearing)、②課題や強みを見つけ、何をしたらよいかを明らかにする点 (Discovery)、③同じ目線で前向きな解決策を考え、チャレンジをサポートし続ける点 (Support)、の3点にまとめることができる (岡崎ビジネスサポートセンター[2023b])。

以上に見る制度的スキームの原型をなすのが、「F ビズモデル」である。

近年では、自治体主導で各地に開設された企業の相談窓口に、地方企業を支える仕組みとして高い期待が寄せられている。かかる取組みの出発点となったのが、富士市産業支援センター (通称「F ビズ」) である。その取組みのスタイルを、既存の一般的な公的産業支援機関のそれと区別して、「F ビズモデル」と呼んでいる (藤麻[2021])。ビズモデルの特徴は、中小事業者の最大の経営課題である「売上アップ」にコミットするという姿勢を、前面に打ち出している点にある (黒田隆明[2016])。

F ビズの開設と運営に携わった小出宗昭氏によれば、中小企業や小規模事業者は業種も企業のかたちも様々であるため悩みも多様であるが、会社の存続にかかわる根本的な悩みは「売上」である。しかしながら、「従来の地方企業支援の現場では、こうした経営者の悩みに対して相談を受ける人が問題点の指摘とその企業の分析に終止してしまっているケースがほとんど」 (藤麻[2021]) とされる。

問題点の指摘や分析だけでは売上は伸びない。売上を立てなければならないという課題に向き合ったとき、課題解決の方途は大きく3つある。第1に「販路開拓 (既存の販路を広げる)」であり、第2に「新商品・新サービスの開発」であり、第3に「新分野への進出」である (藤麻[2021])²。

小出氏は、かかる課題を達成するために、「相手を否定しない」、「おカネを掛けない」、「オンリーワンを見いだす」、「具体策を提示する」、「成果が出るまでサポートする」ということに、傾注してサポートにあたってきたという (大楽[2016])。こうした「こだわり」がF ビズモデルの基本理念であり、全国のビズ (2023年3月現在約20か所) に継承されている (Y-biz[2023])。

(3) 特命随意契約

オカビズの制度的スキームを理解するうえで、重要なポイントとなるのが、特命随意契約である。

岡崎市は、地方自治法第234条第2項および地方自治法施行令 (以下「施行令」) 第167条の2にもとづき、「工事や業務委託、物品調達といった公共調達に関する契約を、随意契約として締結する際の目安」として岡崎市随意契約ガイドライン (以下「ガイドライン」) を作成している (岡崎市[2019])。当該ガイドラインによれば、「自治体が競争入札を実施せずに、特定の相手方を指定して契約できる方法」(1頁)を「随意契約」といい、かかる随意契約のうち、施行令第167条の2第1項第2号から第9号に該当するものを「特命随意契約」という。すなわち、特命随意契約は「特定の1者から見積りを徴取して、契約を締結できる方法」であり、「契約の性質や目的によって競争入札が適さない場合や、緊急により競争入札ができない場合」に適用されるとされる (1頁)。

岡崎市が「ビジネスサポートセンター運營業務」を委託するやろまいとの特命随意契約は、

施行令第 167 条の 2 第 1 項の第 2 号に該当し、「必要な専門技術や特殊な知識・資格等を有する者が当該業者しかいない」ことが、かかる契約の理由とされている（岡崎市[2022]）。岡崎市商工労政課オカビズ担当によれば、「事業者の売上拡大に対するやろまいスタッフの支援能力と岡崎市内の事業者とのネットワークを有すること」が、やろまいとの具体的な契約理由とされる。

岡崎市の公共調達には、競争入札を原則としているため（岡崎市[2019]1 頁）、特命随意契約は例外的な契約方式となるが、岡崎市は 2022 年 4～6 月の 2 か月だけで 124 件の特命随意契約を締結しており、やろまいとの契約が突出した事例というわけではない。

4. 先進的取組みの紹介

この節では、やろまいが手掛けた支援事業の先進的事例を紹介する。

(1) 有限会社稲垣石材店のケース

有限会社稲垣石材店（以下「稲垣石材店」）は、墓石の製造・販売を主な事業とする 1927 年創業の老舗企業である。岡崎ビジネスサポートセンター[2023c]によれば、稲垣石材店は、近年の墓石需要の激減から、墓石以外に技術を存続させられる方法を模索し、オカビズに相談に訪れた。

オカビズでは、稲垣石材店が、墓石製造の過程で出た端材などを再利用して創作した食器（皿等）を、オンラインマーケットで数千円でテスト販売したという話に着目した。「墓石の端材（＝産業用廃棄物）も、見方を変えれば最高級の御影石」（秋元[2022]）であるため、これらの食器を「最高級の御影石から、熟練した職人の手仕事によって生まれたオーダーメイド石食器」（秋元[2022]）として付加価値をつけ、再定義することを提案した。そして、デザインアドバイザーやコピーライターが加わり、高級外食市場をターゲットにした石製品のブランド「INASE（イナセ）」を育てるサポートをした。

岡崎ビジネスサポートセンター[2023c]によれば、2020 年 7 月に本格始動した「石の器ブランド INASE（イナセ）」は、国内外のミシュラン星付きレストランや高級旅館などで採用され³、販売から 1 年半ほどで会社の全売上比率の 10%を占めるまでに成長した。

また、稲垣石材店（「石の価値をすべての人に届ける」石の器 INASE）は、「石の端材を用いた食器製作により新分野へ進出し、石のもつ可能性を広げる。石の魅力と石屋の技術力を一皿に。伝統産業の技術継承にも貢献」として、2021 年度「あいちサービス大賞⁴」の最優秀賞である知事賞に選出された（サ・ポータルあいち[2021]）。同社は、先進的なサービスを提供している事業者として社会的にも認知されたのである。

(2) 有限会社ピーツリーのケース

有限会社ピーツリー（以下「ピーツリー」）は、自動車関連の試作板金を主な事業とする 1989 年設立の企業である。岡崎ビジネスサポートセンター[2019]; [2020a]によれば、ピーツリーは末端下請けで、自動車業界の転換に危機感を持ち、技術を生かした新商品開発を目指して、オカビズに相談に訪れた。

オカビズでは、ピーツリーが、一次下請けが実現できなかった難加工試作でも、短納期で対応できていたことに着目し、かかる短納期で高度な加工を成しえる技術力・対応力を、新サービス「難加工エクスプレス 72」（難加工部品でも最短 72 時間で対応するサービス）として見える化することを提案した。

オカビズが、ピーツリーのホームページ作成と「難加工エクスプレス 72」の情報発信をサポー

トしたところ、ピーツは異業種の大手メーカーから直接の大量受注を獲得し、大幅な売上アップに成功した（ピーツ[2023]）。

（3）おかざき楽の湯のケース

おかざき楽の湯は、株式会社ナカシロが運営する温浴施設の1つである。秋元[2021]・岡崎ビジネスサポートセンター[2020b]によれば、おかざき楽の湯は、新型コロナウイルス感染拡大による緊急事態宣言を受けて休業を余儀なくされたが、事業再開後も、高齢者が利用者の大半を占める平日日中の利用客数が回復せず、売上が大幅に落ち込んでいた。そこで、予算をかけずに集客と売上アップを目指し、オカビズへ相談に訪れた。

オカビズは、おかざき楽の湯に地元大手自動車企業勤務の利用客が相当数あること、食事処や休憩スペース、フィットネスコーナー、デスクスペース、無料Wi-Fiなど、近隣の銭湯に比して、浴場以外の設備が充実していることに着目した（おかざき楽の湯[2023]）。

また、コロナ禍で社会的に広がりを見せる「ワーケーション」⁵に着想を得て、在宅ワーク環境が整っていない、または自宅以外でストレスなく仕事をしたいビジネスパーソンをターゲットにした、スーパー銭湯でのワーケーションサービスの提供を提案した。すでに揃っている設備を整え、チラシやホームページによる情報発信をサポートし、入浴・岩盤浴と2ドリンクで1,200円の「ご近所ワーケーション」プランの提供をスタートさせた。

「ご近所ワーケーションプラン」は人気を集め、新たな顧客層の取り込みに成功するとともに、ランチでの食事処の利用などから客単価も増加した。翌月には、平日日中の売上が、前月比で約120%増加したとされる。

5. 岡崎市におけるブランディングの特徴と課題

前節では、岡崎市における地域個性を世界に訴求するブランディングの取組みとして、オカビズの活動をみてきた。本節では、その特徴と課題について整理したいと思う。

第1は、オカビズは、中小企業・起業家のサポートに関する高度に専門的な知識と経験を持つ事業者、すなわちやろまいによって運営されているということである。その意味で、やろまいは、「余人をもって代えがたい」事業者という要件を理想的な形で満たす、特命随意契約の典型的な対象事業者といえるであろう。

やろまいが有する高度な専門知識と経験によって、多くの先進的かつ独創的な成果が生み出されている。相談に訪れた事業者の強みを探し、お金をかけずに売上アップにつながるような提案を行い、継続したサポートを行っている。稲垣石材店のように、域外市場産業となりうるケースも輩出している。

しかし、第2に、オカビズの運営事業者と同じような水準の事業者は、全国的に希少であると推測されることである。オカビズと同じようなビジネスサポートの制度的スキームを構築したとしても、オカビズと同じような成果が得られるとは限らない。オカビズの運営主体であるやろまいは、特命随意契約が想定するように、文字通りの「余人をもって代えがたい」事業者として存在し、活動しているからである。その意味で、オカビズの取組みは、極めて属人的なものと評しうるのである⁶。

第3に、そうであるがゆえに、地域資源を地域振興に繋げうる（すなわちブランディングや情報の仲介・結合を手掛けうる）人材・後継者の育成が今後の課題になるということである。やろまいにおいては、事業の一環として、オカビズのような産業支援施設の立ち上げ支援や、新商品開発研修、高校生とのコラボによる新商品開発等の、人材育成に係る取組みも行われて

いる。そうした取組みを通じて、経験とスキルの移転可能性の（再）生産が図られようとしているのである。

地域資源開発モデルに関連して最後に付言しておけば、オカビズの取組みにおいては、アウトカムや社会的インパクトといった期待された成果に関する事業評価は現在のところ、十分には実施されていないようである。先進的かつ独創的な活動を持続可能なものとするためには、そうした事業評価を行うことが、(将来的には) 避けて通れない課題になると思われる。

6. おわりに

以上により、2022年度岡崎大学懇話会「岡崎における産学官共同研究助成事業」の一環として実施した岡崎市におけるブランディングの事例調査の結果を、地域資源開発モデルに照らして整理し、調査事例の特徴と課題を明らかにするという本稿の目的は、概ね達成されたものと思われる。

岡崎市には、地域活性化の先進的かつ独創的な取組みのケースが多く存在している。そうした取組みの成果を標準化し、他企業・他地域にも移転可能な教訓として定式化するために、引き続き研究を続けていきたい。

参考文献

- Drucker, P.F., *The Drucker Foundation Self-Assessment Tool: Participant Workbook*, Revised Edition, The Drucker Foundation, P.F. ドラッカー, G.J. スターン編著, 田中弥生監訳『非営利組織の成果重視マネジメント—NPO・行政・公益法人のための [自己評価手法] 一』ダイヤモンド社、2000年
- INASE[2023], <https://inase-utsuwa.com/> (2023/3/29 アクセス)。
- Porter, M. E., *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitions*, With a New Introduction, The Free Press, 竹内弘高監訳, DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー編集部訳[2018]『[新版] 競争戦略論I・II』ダイヤモンド社、2018年
- Porter, M.E., Hirotaka Takeuchi, Mariko Sakakibara, *Can Japan compete?* Basingstoke: Macmillan, M. E. ポーター, 竹内弘高『日本の競争戦略』ダイヤモンド社、2000年
- Y-biz[2023], 『全国 Biz ネットワーク全体会議』が開催されました。『Y-biz 日記』2023/3/30, <https://ybiz.jp/blog/blog-3129/> (2023/3/30 アクセス)。
- 秋元祥治[2021]「コロナ禍の変化に先手を打つ新商品・サービス 100 件以上生み出すヒント」『ツギノジダイ』2021/7/15, <https://smbiz.asahi.com/article/14393203> (2023/3/29 アクセス)。
- 今枝千樹・藤井秀樹「地方創生における地域資源の戦略的活用とその成功要因—広島安芸高田神楽のケーススタディー」『非営利法人研究会誌』第22巻、2020年、47-56頁。
- 「地方創生における地域資源開発の現状と可能性 —岡崎市の挑戦と課題—」『地域活性化研究』第20号、岡崎大学懇話会、2021年、1-9頁。
- 岡崎市「各種要領（入札監視委員会・公表・入札に関する不服申立て・随意契約関係）」『岡崎市随意契約ガイドライン』、2019年
- https://www.city.okazaki.lg.jp/1400/1401/p012792124_d/fil/zuikei.pdf (2023/3/29 アクセス)。
- 『特命随意契約一覧（令和4年4月～6月）』
- https://www.city.okazaki.lg.jp/1400/1401/p012553_d/fil/R4tokumei4-6.pdf (2023/3/29 アクセス)。
- 岡崎ビジネスサポートセンター「愛知のビジネスサポートセンター OKa-Biz、目標値 491%の

件数を達成し 今年度の相談件数が過去最高を記録」『@Press』2019/10/17, <https://www.atpress.ne.jp/news/196253> (2023/3/29 アクセス)。

「事例 01 株式会社ピーツー」『オカビズの特徴と開設7年目の報告 (2019年10月～2020年9月)』<https://www.oka-biz.net/media-download/18/bd9f52f4d6d1f0f5/> (2023/3/29 アクセス)。

「銭湯でリモートワークができちゃう！楽の湯おかざき店から新サービス「ご近所ワーケーション」プラン誕生！」『Oka-Biz スタッフブログ』2020/8/3, <https://okabiz.booo-log.com/e528131.html> (2023/3/29 アクセス)。

『「あいちサービス大賞」知事賞に岡崎市の稲垣石材店さん！墓石アップサイクルの新ブランド『INASE』が高く評価』Oka-Biz スタッフブログ 2022/4/20, <https://okabiz.booo-log.com/c12730.html> (2023/3/29 アクセス)。

「相談件数」『OKa-Biz 9周年 活動報告書—2022年10月13日速報版』<https://www.oka-biz.net/media-download/77/5256b21ec489614c/> (2023/3/29 アクセス)。

「スタッフ紹介」<https://www.oka-biz.net/about/member/> (2023/3/29 アクセス)。

「オカビズとは」<https://www.oka-biz.net/about/> (2023/3/29 アクセス)。

「パンフレット」<https://www.oka-biz.net/media-download/35/50fc03d998cceed9/> (2023/3/29 アクセス)。

おかざき楽の湯「施設紹介」<https://rakunoyu.com/okazaki/shisetsu.html> (2023/3/29 アクセス)。

厚生労働省『テレワークの適切な導入及び実施の推進のためのガイドライン』、2021年 <https://www.mhlw.go.jp/content/000759469.pdf> (2023/3/29 アクセス)。

黒田隆明「補助金申請よりも、売り上げアップのサポートを—岡崎ビジネスサポートセンターセンター長 秋元祥治氏に聞く—」『新・公民連携最前線』、2016年 <https://project.nikkeibp.co.jp/atclppp/15/434148/030900017/> (2023/3/29 アクセス)。

佐藤 淳「人口減少下において地域経済の活力を高めるために」日本国際理解教育学会第31回研究大会プレイベント『世界とつながる北陸経済』金沢学院大学, 2022年

サ・ポータルあいち「あいちサービス大賞受賞企業 (2021年)」<https://www.aichi-service.jp/bestpractice/2021/> (2022/3/29 アクセス)。

「あいちサービス大賞について」<https://www.aichi-service.jp/about/> (2022/3/29 アクセス)。

大楽眞衣子「富士市の産業支援に全国から視察が来るワケ—ノウハウを受け継ぎ、各地に「分身」が誕生—」『東洋経済 ONLINE』2016/4/5, <https://newswitch.jp/p/3363> (2023/3/29 アクセス)。

藤麻 迪「地方企業支援のスペシャリストが教える、「セールスポイント」を見つけ出す方法」『BUSINESS CLASS』2021/12/8, <https://www.americanexpress.com/ja-jp/business/trends-and-insights/articles/specialist-supporting-rurual-companies-shares-ideas-on-identifying-selling-points> (2023/3/29 アクセス)。

ピーツー <https://www.p2sy.com/> (2023/3/29 アクセス)。

附記

本稿は、2022年度岡崎大学懇話会「岡崎における産学官共同研究助成事業」による研究成果の一部であり、第22回岡崎大学懇話会地域活性化フォーラム(2023年3月11日)における研究報告を論文として取り纏めたものである。本研究に対して支援および協力をお寄せくださった関係各位、とりわけ小林隆幸氏(岡崎市商工労政課オカビズ担当)に謝意を表したい。また、研究報告の際に、NPO法人「21世紀を創る会・みかわ」の横山正登氏から示唆に富むコメント

を頂戴した。同氏に対しても、記して謝意を表したい。ただし、ありうべき誤謬等は、筆者であるわれわれの責に帰するものである。

¹ ただし、その後のわれわれの調査・研究にもとづいて、今枝・藤井[2021]で提示したモデルの説明に若干の加筆・修正を施している。

² 小出氏は、「販路開拓」「新商品・新サービスの開発」「新分野進出」のために、まず必要になるのは「その企業のセールスポイントを発見する」ことだが、経営者は自社や自社商品との距離が近すぎるために、本当のセールスポイントに気がつきにくい。支援する企業のセールスポイントを見つけ課題達成のために知恵とアイデアを出すことを、自分に課したミッションと述べている（藤麻[2021]）。

³ 秋元[2022]では、2つ星のフランス料理店「ラ・ヴァガボンド(LA VAGABONDE)」(名古屋市)や、同じく2つ星の寿司店「鮭 志の助」(金沢市)でINASEの食器が採用されていること、およびフランス、シンガポール、ドバイ、他海外の高級レストランなどにも納品が進んでいることが紹介されている。

⁴ 「あいちサービス大賞」とは、「先進的なサービスを提供している事業者を対象に、優秀な成功事例を選考・表彰する、都道府県では初めての制度」であり、「受賞した事業者やその取組・サービスを広くPRすることにより、優秀な成功事例を広く展開し、県内サービス産業の生産性向上を図」とされている（サ・ポータルあいち[2023]）。

⁵ ワークケーション (Workcation) とは、「ワーク (Work) =仕事」と「バケーション (Vacation) =休暇」を組み合わせた造語で、厚生労働省[2021]では、「テレワーク等を活用し、普段のオフィスとは異なる場所で余暇を楽しみつつ仕事を行う」こと (2頁) とされている。

⁶ 実際に、ビズモデル型支援拠点の数は増減を繰り返し、著しい増加は見受けられない。