

地方コワーキングスペースを軸とした
SOHO の能力開発と企業マッチングの研究
ダイジェスト版

2016年2月29日

東北芸術工科大学

松村茂研究室

1. 研究の概要

1. 1 研究の背景

地方においては、SOHO・フリーランサーと地元企業との関係が希薄であるため、地元企業から発注される仕事は他地域や海外に流れる傾向にある。地元のSOHO・フリーランサーの存在が知られていない、あるいは知られていても日頃からの関係構築に注力していないことがその背後にある。また一方、SOHO・フリーランスのスキル不足や新しいスキルへの自信の不足から依頼された仕事を断るようなことも起こっている現実も指摘できる。

1. 2 研究目的

本研究は、地域内での受発注が増え、SOHOと企業が共存しやすい関係を築くために、企業とSOHOのマッチングを生み出すための基板作りの第一歩として、コワーキングスペースなどのSOHOが利用するスペースを軸にした教育プログラムを開発することを目的としている。

1. 3 波及効果

地元SOHO・フリーランサーの技術向上は、地域内地元企業と彼らの関係を強固なものにし、彼らの経営・生計を安定させる。こうしたことは、起業・スタートアップのしやすさやIJUターンの契機に繋がり、起業・スタートアップを活気づけ、地方創生を容易にすると考えられる。

1. 4 研究の意義

研究の意義を以下のように考えている。

- ・本教育プログラムをコワーキングスペースで実行することにより、地域に潜在していたSOHO・フリーランサーがコワーキングスペースに集まり始める。
- ・コワーキングスペースでの教育プログラムは、商工会や自治体等主導のものとは比べ、先進的な案件や手法を採用することができる（専門性と自由度が高い）。
- ・地域内で受発注が起りやすくなり、域内経済の活性、税収が上昇する。
- ・地方におけるSOHOのスキルアップがIJUターンを促進する。

特に、SOHOへの意義としては、以下の通りである。

- ・本研究によって、コワーキングスペースのSOHOへの教育機能が強化され、コワーキングスペースの経営が安定し、全国にコワーキングスペースが増加することが期待される。

その結果、

- ・コワーキングスペースがSOHOの拠点となる。
 - ・SOHOの拠点化は地元企業からみてSOHOの存在がわかりやすいものとなりマッチングが促進する。
 - ・SOHOの拠点化はIJUターンを促進する。
- などが期待できる。

2. 研究の方法

2. 1 コワーキングスペース視察

全国のコワーキングスペースを視察し、コミュニティの形成、マッチング、経営者の役割、期待する教育の内容、方法についてヒアリング調査した。

2. 2 企業の発注案件に必要なスキルの習得に向けた教育プログラムの開発

SOHOの技術を基礎レベルから高めるためのOJT用のプログラム（仕事群）を開発した。開発に当たっては発注企業やコワーキングスペースの運営者をヒアリングして行った。

具体的には仕事の基礎となる情報収集・加工・情報発信を学び、API開発からのサイト・アプリ作成への応用力を身につける教育プログラムを開発し有効性を検証した。

以下を具体的な教育要素とする。

- ・データ収集、入力 (Excel) ☆
- ・API作成 (PHP、データベース設計) ☆☆☆
- ・ユーザーインターフェイスとしてのweb作成 ☆☆
- ・ディレクション・マネジメント及びクラウドソーシングの活用 ☆☆☆
- ・データ収集用webの作成・エクセルを使った整理 ☆
- ・広報 掲載店への連絡、リリース情報、Q&A作成 ☆
- ・作成APIを用いたWEBサイト (デザイン、コーディング) ☆☆
- ・作成APIを用いたアプリ開発 (デザイン、コーディング) ☆☆☆
- ・ディレクション・マネジメント及びクラウドソーシングの活用 ☆☆☆

注：仕事のスキル

☆ 専門的知識・技術を要さない

☆☆ 技術、経験が必要

☆☆☆ 専門的知識を要する

開発した仕事群を実際にSOHOに発注し、オンザジョブトレーニングとしてSOHOの技術水準が向上したかその有効性を検証した。

3. 研究の結果

3. 1 地方SOHO教育の現状

(1) SOHOの定義

SOHO協会のSOHOの定義は、『SOHO（ソーホー）は、Small Office Home Office＝スモールオフィス・ホームオフィスの略称（Small Office Home Office）で、企業などから委託された仕事を、情報通信を活用して自宅や小規模事務所等で個人事業主として請け負う労働形態のこと』である。

SOHOには、フリーランサー、クラウドソーシー、法人を所有する個人などが含まれる。これらは、収入をどのような形で得ているかという、収入経路からの分類である。事業マインドを持っているかその有無から分類すれば、クラウドソーシーは外れ、フリーランスと法人格を持つ個人となる。ここでは、SOHO協会の定義に法人をもつ個人を含めた個人ワーカーをSOHOと、やや広く捉えている。

(2) 地方SOHOワーカーの学びの場と教育プログラム

図表1は、全国のSOHOの関連施設を調査し、SOHOの教育環境を表にしたものである。教育施設は、①コワーキングスペース、②スキルアップ塾（スクール）、③雇用を前提とした山間臨海地域（非都市部）のIT塾、④企業内インターンシップ、⑤シェアハウス、⑥メンターの存在などがあげられる。地方では移住者も増えており、移住者向けの教育の場としても機能している。

図表1 今回視察したSOHOワーカーの今日的学びの場

SOHOワーカーの今日的学びの場	今回の視察先
①コワーキングスペース	仙台市・山形市等のコワーキングスペース
②スキルアップ塾（スクール）	秋田市（株式会社トラパンツ）
③雇用を前提とした山間臨海地域（非都市部）のIT塾	徳島県神山町（NPO法人グリーンバレー）・美波町（株式会社あわえ）・鳥取市（株式会社Lassic）・日本西海岸計画（山形・庄内）
④企業内インターンシップ	-
⑤シェアハウス	美波町（株式会社あわえ）
⑥メンターの存在	各地に存在する

これらは、いわゆる元気な（過疎）地域にひと通り揃っているところが多い。徳島県神山町は好例である。また、山形・庄内地域で取り組まれている『日本西海岸計画』なども、これらの施設・機能を揃えていこうという計画である。

これらの整備には、コワーキングスペース、インキュベーション施設などのこれらの施設と、そこで教育する人材・メンター、そして教育プログラムの3点が充実している必要がある。

図表2 ITによる地方創生マトリックス (利用者タイプと施設・サービス)

ITによる地域創生マトリックス		会社員(移住者含む)	フリーランス・個人事業主・起業家(移住者含む)	交流人口	非移住・交流地域
施設サービス	サテライトオフィス	教育支援/スタートアップ支援			
	シェアハウス	ゲストハウス			
	コワーキングスペース・テレワークセンター・インキュベーション				
	メンター・リーダー				
	地域内住民支援(各種仲介サポート)				
	地域外人的サービス	移住支援サービス(全国規模の仲介サービス)			
地域ブランド	地域ブランド/地域の食など				
インターネット	ふるさとTwソリューションズ	一部同左			
		CS利用		クラウドソーシング(CS)利用	
	クラウドサービス(webビデオなど)の利用				
	EC(発信・地域ファン作りとしてのEC)				
	EC(生活支援サービスとしてのEC)				
風土	豊かな自然・産物・作物・文化・歴史				

copy right 東北芸術工科大学 松村茂研究室

3. 2 教育プログラムの開発と実験

本研究で検討したSOHO教育プログラムは、地方地域、過疎地域、すなわち、仕事が多くない地域に通用するものとして、またコワーキングスペースやインキュベーション施設、単独スクールなど施設のタイプを問わず、SOHO教育に必要なプログラムとして開発した。

(1) 実験のねらいと人材像

本SOHO教育プログラムは、地方SOHOが地元企業とともに地域課題の解決を担い、地方創生において活躍できる人材の育成をねらう。地方創生で活躍できる人材像として、以下のスキルの習得を目指す。

- ・課題を整理し、技術的に実現可能な発案につなげ、制作物をつくるスキル
- ・企業や他者との受発注を円滑にするコミュニケーションスキル
- ・インターネットを使った遠隔地間での仕事など、新しい技術を活用したチームワークスキル

対象者は、SOHO、フリーランサー、それらの働き方に関心のある方で、社会人、学生など現在の職業は問わないこととする。

(2) カリキュラムの設計

事例調査やSOHOスキルの実態、実施方法を踏まえ、本プログラムのカリキュラムを以下の

通りとした。

今回は、プログラム開発のための実験であるので、実際に行った日付を入れている（図表3）。

図表3 カリキュラム実施内容案

回	日程	テーマ	内容
1	10/3(土)	オリエンテーション	ITを使った仕事、働き方の変化を知る
2	10/7(水)	ビデオチャットを使ってみる	会議へのWEB参加 コミュニケーションテスト
3	10/10(土)	観光誘致webサイト案を考える	観光誘致につながるwebサイトを議論。サイトに必要なデータを収集する
4	10/14(水)	サイトに用いるデータ収集	データ集めの成果を確認
5	10/17(土)	オリジナルマップを作る	Googleマイマップの作り方を学ぶ
6	10/21(水)	オリジナルマップの進捗	Googleマイマップ作成の進捗を確認
7	10/24(土)	オリジナルマップ成果発表 CMS、APIの基礎知識 グループプロジェクトの決定	Googleマイマップの成果確認、CMS（WordPress）にAPIを導入する方法。Web企画を1つ選出する
8	10/28(水)	収集した情報を整形しよう	Web企画用の情報についてデータ整形
9	11/4(水)	集めた情報をデータベースとして考える	収集したデータをwebサイトで使いやすい形式にする。
10	11/7(土)	クラウドソーシング・RFP基礎講座	クラウドソーシングの基礎 仕事に必要なコミュニケーションスキル、提案依頼書の書き方
11	11/11(水)	RFPの進捗確認	webのデザイン案、クラウドソーシング発注案の確認 データ収集ロボットの作成、レコメンド機能があるweb企画案作成
12	11/18(水)	クラウドソーシング発注	クラウドソーシング発注
13	11/21(土)	クラウドソーシング進捗確認	進捗確認、経過の検証
14	11/25(水)	クラウドソーシング成果確認	Webサイトへの導入に着手
15	12/2(水)	webミーティング	Webページ補足、データの追加
16	12/9(水)	最終webミーティング	完成版の確認
17	12/12(土)	成果発表	ヒアリング、アンケート

* 回数の白抜きはオンライン講座の開催日程（2015年）

4. 研究の結論

4. 1 SOHOワーカーの教育ニーズは高い

SOHO教育は、ワーカー自身によるセルフ教育になりがちである。どんなことを学べば良いか、どのような方法で学ぶことができるのか、どこにサポートする人がいるか、さまざまなことがわからない、このような状況におかれているのがSOHOワーカーである。

SOHOワーカーが利用するコワーキングスペースを山形・仙台を中心に視察した。SOHOワーカーのコワーキングスペースを利用する目的は、仕事の獲得、仕事仲間との出会い、情報の交換、息抜き等であるが、多くのコワーキングスペースがスタートしたばかりで経営が安定していないなか、運営者はそのなかでセミナーなどの啓発活動は続け、期待に答えようとしている。コワーキングスペースもSOHOワーカーも教育プログラムを求めていることが伺える。

4. 2 地方に新しい産業の目があるもののIT力が劣るのが地方のSOHO

経営の安定しないコワーキングスペースは、利用者の多様化を狙っており、特に地方のコワーキングスペースでは会計士、税理士などの士業の人たちや手芸などの芸家、さらには加工生産も手がける農家などがメンバーになっており、異業種が交流する場になっている。

異業種交流などでは、新しい商品やサービスのアイデアが出てくる。それらが加工品であれば、先端的ではないが、食品メーカー、繊維メーカー、電機メーカーなども健在であり、地方においても販売までこぎ着けることは可能である。また、旅館、ホテル、観光施設など観光業と結び付ければさらなる販売力を得ることができる。

しかしながら、それがwebを通じたユーザーエクスペリエンス型のITサービスの開発となると地方では十分に制作できず、SOHOワーカーも技術に追いつくことに不安を感じている。

4. 3 今回提案したSOHO教育プログラムは有効であると評価を得た

地場産業を核として、ITの力で内外の新しい消費者に直接働きかけることは、地域創生には有効であり、また、ICTの特徴であるマーケット規模は大きくない、いわゆるニッチマーケットで、少量生産と消費者へのダイレクト販売は、ICTの得意とする分野である。

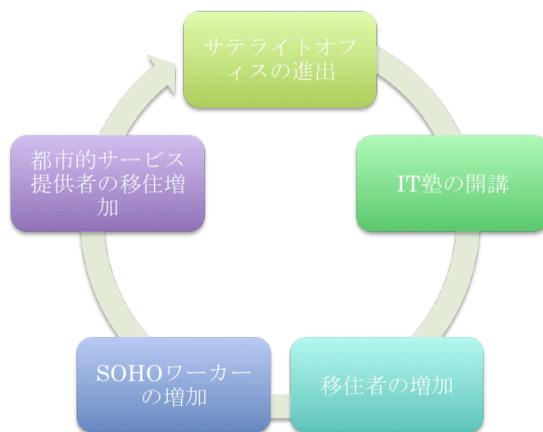
ICT時代は地域の時代とも言ってもよく、地方におけるSOHOワーカーが育っていくことが期待されているところである。今回の教育プログラムは一定の評価を得たと考えている。

4. 4 サテライトオフィスとIT塾の展開でSOHOの増加が期待できる

徳島県の神山町や美波町では、移住者の希望が多い。それを支えているのが企業の移転やサテライトオフィスの展開そしてIT塾である。神山町の場合は、企業のサテライトオフィスを誘致したこと、移住者や地元から神山塾で教育をし、卒業生をサテライトオフィスで雇用することができる、好循環を構築したことが大きい（図表4）。

こうしたこともSOHO教育のニーズの高さと必要性、並びに、実効性を示していると言える。サテライトオフィスの進出とIT塾の開講は『サテライトオフィスの進出→IT塾の開講→移住者の増加→SOHOワーカーの増加→都市的サービス提供者の移住増加→サテライトオフィスの進出』という好循環が生まれる（図表4）。また、サテライトオフィスの進出は、地域にとっては新たな雇

用の場であり、IT塾のニーズも高まり、SOHOワーカーの増加、SOHOの増加につながる。そのことが
 神山町や美波町の実態から分かる。SOHO教育がますます必要になっていることが今回の各地へ
 の視察で分かった。ITによる地方創生マトリックス（図表2）もこの循環のなかで考えることが
 できる。



図表4 神山モデルによるSOHOの増加の循環

5. 今後の課題

今後の課題として、SOHOワーカーをより一層増やし、地方創生を実現させるためには、①神山町のような成功モデルの分析と、②新たな成功モデルの発掘、③そこから得られるITによる地方創生マトリックス（図表2）のような新しいモデルの構築、④今回のSOHO教育プログラムの改良、⑤実験のステージから一歩踏み込んだ実際の現場での活用などを行っていくことが必要である。

また総務省が推進するふるさとテレワークも移住者、地元起業家などが想定されており、SOHOワーカーの増加につながる施策である。現在全国15地域で実証実験が行われているが、SOHOワーカーの増加につながるものもある。これらの⑥フォローアップも必要である。

引き続き、①～⑤、および⑥ふるさとテレワークのフォローアップを総合的に調査・研究していく必要がある。

研究体制

総括	松村 茂	東北芸術工科大学デザイン工学部教授・ 日本テレワーク学会会長・テレワーク月間実行委員長
	池田知之	東北芸術工科大学専任講師
	阪野正義	東北芸術工科大学非常勤講師
	浜田翔太郎	東北芸術工科大学大学院生（松村茂ゼミ）