

わが夢

SOHO総研社長 牛来 千鶴氏 ①



独りの船出

事務所共有し助け合い

小さな事務所や自宅を拠点とする個人事業者や企業を指すSOHO(スモールオフィス・ホームオフィス)。SOHO総研(広島市西区)はこうした人を対象にした共同オフィスの運営や、企業との取引などの橋渡しをするコーディネート事業を展開。新たなビジネスモデルを切り開いてきた。牛来千鶴社長(45)は、小さくてもキラリと光るSOHOに光を当てて活用することが、新ビジネス創出の鍵と信じる。

(奥田美奈子)

独立後感じた壁が原点

原点は専業主婦から販売促進プランナーとして独立し、自らが感じた外部との壁、そして孤独でした。SOHOだからと契約してもらえず、悔しい思いをした仲間も。そんな「困ったな、あったらいいな」に対する答えが今のビジネスです。私は岩国市で育ち、広島市の出版会社に就職。二十一歳で結婚し退社、子育てと家事に追われる主婦でした。友人から誘われて参加したフリーマーケット。何かステップアップしたい一心で、主催し

ていたイベント企画会社に応募し、商品の販促を提案するプランナーになりました。専門用語が飛び交う別世界。楽しかったです。

情報交換で時代を判断

一九九九年、自宅で独立。夫婦共用の部屋に机とパソコンを置いただけ。深夜まで仕事していると、夫は居間のソファで寝ていました。迷惑だったでしょうね。部屋で一人になった時、感じたのは不便さではなく孤独。職場なら多くの手紙やファクスが来て、仲間の仕事ぶりも耳に入る。そんな多彩な情報源から時代の旬を判断していたと気付いたんです。

情報交換の場がほしい。交流会を企画したら、プログラマーなど五十五人が集まりました。「広島SOHOクラブ」と名付け、毎月一回、講師を招いたり意見交換しました。

事務所を共有すれば経費削減になるし、留守をする時も助けてもらえる。誰かやってくれないかな、と思ったけど、ボランティアではやれないし、もうかるとも思えませんでした。家賃収入を考えると六人が損益分岐点。交流会メンバーに入居を募り、ぴったり六人が手を挙げた。コピーライター、行政書士、探偵…。多彩な顔ぶれがそろった瞬間でした。フィス一の開設が決まった瞬間でした。

《会社概要》本社は広島市西区楠木町の広島SOHOオフィス3階。2002年設立、従業員2人。07年7月期の売上高2500万円。

わが夢

SOHO総研社長 牛来 千鶴氏 ②



SOHO仲間と共同オフィスの将来像を説明する牛来氏(2001年、広島市西区)

つなぐ

異業種で意外なコラボ

小さな事務所や自宅を拠点とする事業者、SOHO(スモールオフィス・ホームオフィス)が共同利用する「広島SOHO(ワーホース)オフィス」は二〇〇一年八月、現在と同じビルでオープンしました。

当時は三階のワンフロアだけで、定員いっぱい十人が入居。看板はなく、机や間仕切りは全部もらいものでそろえられた。異業種が席を並べると、意外なコラボレーションが生まれます。行政書士と探偵が協力して、数十万円の代金滞納を解決したり、地図情報システム開発者とコピーライターが新会社を設立したり…。個性のこった煮だからこそ、十人でもさまざまな可能性がありました。

自分売り込める場探す

「もっと自分を売り込める場がないか」。メンバーの一言で、私にも転機が訪れました。少人数だと営業活動はままならないが、束になって営業できる媒体やパイプがあれば…。ないなら私がやるしかないと思いました。それまでの共同オフィスの開設や交流会は全部、販売促進プランナーとして飛躍するため。自分のためでした。しかし、この間に患った大病を機に、人の役に立たなくてはと私の価値観は百八十度転換していたのです。プランナーはきっぱり辞めました。SOHOと企業を橋渡しするコーディネートとして二〇〇二年、今の会社、S

SOHO総研を設立しました

SOHOから手数料を受け取り、仕事内容や特長、実績などを取材して紹介するインターネットサイト「SOHOプロダクション広島」を開きました。仕事を頼みたい企業に閲覧してもらい、依頼先を迷う企業には私が適任者を紹介。成約すれば、SOHOから報酬の一部をいただく仕組みです。一年半後くらいから回転し始め、今では広島県内を中心に百人近いSOHOを紹介するサイトになりました。

課題見えイベント企画

課題は次々と現れます。共同オフィスから三人同時に撤退することになったんです。オープン当初に比べ、拡張して入居者が増えていきましたが、減るのは初めてのこと。みんなが去ってしまうのではと焦りました。誰だっけ成長して、出て行きたい。分かってはいるけど…。

「ここにいるとね、駆け出しだと思われんだ」。本音はこうでした。確かに当時、起業を目指す人、ベンチャーなどを受け入れ、育成するインキュベーション施設が増えていて、それと混同されているようでした。SOHOはそもそも事業規模や働き方を表現した言葉であり、実際はベテランも多いのに。改めるべき点が見えてきました。SOHOが実力あるプロであることを知ってもらおうと、二〇〇三年にイベント「ひろしまSOHO博」を企画しました。(奥田美奈子)

わが夢

SOHO総研社長 牛来 千鶴氏 ③



SOHOたちが実績をアピールした「ひろしまSOHO博」(2003年、広島市中区)

プロとして

イベントで力量をPR

二〇〇三年から〇五年まで、年一回開いた「ひろしまSOHO博」は盛況でした。小さな事務所や自宅を拠点とする事業者、SOHO(スモールオフィス・ホームオフィス)がブースを構えて仕事の実績や技術をアピールし、来場企業に発注を呼び掛けるイベントです。

行政の援助うまく活用

「小規模イコロール安かろう悪かろう」というマイナスイメージを一掃し、実力あるプロであることを認めてもらうのが狙いでした。デザイナーなら手掛けたポスターや冊子を、プログラマーなら開発したパソコン用ソフトを展示。口で伝わりたないなら、見てもらえば分かると思えたんです。

すると、「SOHOなんかには仕事はやれん」と言っていた企業が「なかなかやるな」と理解してくれるようになりました。必要なときだけの外部委託先として、SOHO活用のメリットは大きいはずです。

イベントを続ける中、SOHOを取り巻く社会の変化も感じました。共催した起業家向け貸事務所「SOHO国泰寺倶楽部」を運営する中国電力の協力で、地元企業に広く来場を呼び掛けることができました。二年目には、SOHO支援

に力を入れ始めた広島労働局からの資金援助も受けられました。行政などの力を借りることも必要だと感じています。

制度導入でやる気向上

三年目には独立を目指す若い人に、新しいアイデアを形にするプロセスを体験してもらう研修や、キャラクター制作で著作権料を得るビジネスを学ぶ講演会も盛り込みました。次に考えたのは、SOHOが事業の一部を受注して終わりでなく、開発に携わった商品の売れ行きに応じてSOHO側が収益を得る「インセンティブ契約制度」の導入でした。事前に決めた割合で、売り上げの一部を受け取る仕組み。売れば報酬はないので、SOHOのやる気も高まります。

この制度を生かすため、事業の受託先として地元の製造業者に着目しました。菓子や衣料品を開発したものの、どう売ろうかと悩んでいる会社はかなりの多い。技術や商品の良さに自信はあっても、包装のデザインやPRを専門とする部署がない。イベント企画やデザイナーといったサービスが多いSOHOとつながれば、もっといい戦略を展開できると確信しました。この制度の下、開発に携わった新商品が今年、ついに完成しました。和菓子製造のやまだ屋(廿日市市)が発売した、もみじ饅頭「黒もみじ」がそうです。(奥田美奈子)

わが夢

SOHO総研社長 牛来 千鶴氏 ④

私はこれから、この「黒もみじ」のように、SOHOと地元企業が対等の立場で向かい合い、新しい商品やサービスを生み出していくための仕組みづくりを進めます。次の目標は、この構想を実現するための施設「創発的集積地 SO@R (ソアラ)」の開設です。SOHO総研が現在、運営しているSOHO向け共同事務所「広島SOHO(ソーパーズ)オフィス」の拡大版。もっと多くのSOHOが集い、もっと多くの企業関係者が訪れることのできる交流拠点にしたい。SOHO仲間と一緒に、準備組織である開設準備室を結成し、夢の実現へ一歩ずつ歩き始めました。

(奥田美奈子)



牛来氏をはじめ、SOHOたちが開発に協力したもみじまんじゅう「黒もみじ」

黒もみじ

健康志向と土産を結ぶ

粉末状の竹炭を混ぜた、黒い生地が特徴のもみじまんじゅう「黒もみじ」と和菓子製造、やまだ屋(廿日市市)が今年一月から販売しています。SOHO総研やデザイナー、プロデューサーなど、小さな事業所や自宅を拠点とする事業者、SOHO(スモールオフィス・ホームオフィス)がチームをつくり、開発や販売促進を初めて請け負った新商品です。

新しい広島土産を企画して地場企業へアイデアを売り込もうと、昨年SOHO仲間と意見交換してきました。そこで話題に上がったのが食用竹炭。整腸作用など健康に良いとして、炭入り菓子などの発売が相次いでいた時期でした。このブームと、知名度の高いもみじまんじゅうを結び付けられ売れる。会議は一気に盛り上がりました。私たちの提案に耳を傾けていただいた、やまだ屋さんは「社外から新しい風を入れてくれるのは、ありがたい」と試作を即決してくださいました。

デザインや宣伝にも力

SOHO総研が代表して、売り上げに応じた報酬をいただくインセンティブ契約を結びました。プロジェクトに携わるSOHOには、総研から報酬を分配する仕組み。新商品が売れるほど報酬が増え、売れ続ければ報酬をもらい続けることができるように考えた契約方法です。

地元企業と対等の立場

益田市にある粉炭会社との交渉や試作品の検証を任せてもらい、広島県内の郷土料理や特産品を紹介するイベント会場で昨年十月、試験販売に臨みました。それはもう必死で売りました。商品化してヒットしなければ、SOHOチームの苦労も水の泡です。試験販売に用意した千個はすぐに完売。宮島が初もうで客でにぎわう元旦の発売が決まり、包装やポスターのデザイン、宣伝活動にも乗り出しました。現在も売れ行きは好調です。インセンティブ契約制度がSOHOにとって、より意欲的に仕事に取り組める手法であることも分かりました。

地元企業と対等の立場

私はこれから、この「黒もみじ」のように、SOHOと地元企業が対等の立場で向かい合い、新しい商品やサービスを生み出していくための仕組みづくりを進めます。次の目標は、この構想を実現するための施設「創発的集積地 SO@R (ソアラ)」の開設です。SOHO総研が現在、運営しているSOHO向け共同事務所「広島SOHO(ソーパーズ)オフィス」の拡大版。もっと多くのSOHOが集い、もっと多くの企業関係者が訪れることのできる交流拠点にしたい。SOHO仲間と一緒に、準備組織である開設準備室を結成し、夢の実現へ一歩ずつ歩き始めました。

(奥田美奈子)

わが夢

SOHO総研社長 牛来 千鶴氏 ⑤

「あったらいい」が原点。ソアラの開設に向け、二〇〇六年にはSOHO仲間と開設準備室を組織し、二百以上の事業者や会社からの賛同も得ています。私のビジネスは「困った、あったらいいな」に応えたいという気持ちが原点でした。それは小さなことかもしれませんが、誰もやらないことを私がやる、という思いを形にしていけると思っています。

(奥田美奈子) おわり

新拠点ソアラ 「即戦力」を育てる場に



新しい拠点施設ソアラの図面を前に構想を説明する牛来氏

私の夢は、SOHO(スモールオフィス・ホームオフィス)たちが集まる新施設「創発的集積地 SO@R(ソアラ)」を数年以内に開設すること。キーワードは、集積と創造と育成です。

ソアラは、SOHO総研が広島市西区で運営する「広島SOHO(ソーパーズ)オフィス」と同じく、共同オフィス機能が中核。ただ、延べ床面積は現在の五倍の千五百平方メートル、入居者も今の三十人程度から二百人以上に増やします。集積度を高めて認知度も上がれば、地元企業に加え、SOHOに関心のない人や県外の人も会いに来るようになるでしょう。外とのつながりを、さらに強めるための新拠点と言えます。

束になり新商品を生む

そしてアイデアや労働力を社外に求める企業を呼び込み、ニーズと合うSOHOを探してもらおう。もちろん私もコーディネートとして、入居者だけでなく、七百以上に広がったSOHOとのネットワークを生かして適任者を紹介します。SOHOが束になり、企業とともに新商品を生み出す。これが、創出です。SOHOがチームとなって開発に参加したもみじまんじゅう「黒もみじ」も一例です。

最も新しい機能と考えているのが、育成です。若者を県内外からソアラへ集めて授業料を受け取り、入居しているSOHOに弟子入りさせるのです。デザインの方法や機材の使い方にとどまらず、顧客の注文をいかに形にするかという現場のプロセスを学んでもらいます。

SOHOへ仕事を発注する企業の多くは、人材不足を課題としています。私たちが依頼に来るのは、デザイナーやフリーライターなどの人材が社内にはいないから。そして、自ら新人を育成する余裕もない。即戦力であれば採用しない企業が増えると、やる気のある若者が活躍する場もまた、失われてしまいます。これでは悪循環。地元企業が必要な即戦力を送り出す、教育機関の役割を果たしていきたいと思つのです。

「あったらいい」が原点

ソアラの開設に向け、二〇〇六年にはSOHO仲間と開設準備室を組織し、二百以上の事業者や会社からの賛同も得ています。私のビジネスは「困った、あったらいいな」に応えたいという気持ちが原点でした。それは小さなことかもしれませんが、誰もやらないことを私がやる、という思いを形にしていけると思っています。

(奥田美奈子) おわり