

情報化時代における小規模企業に関する研究

—インターネット SOHO の課題—

太 田 聡

- I はじめに
- II インターネット SOHO ビジネスに関する問題点の概括
- III 中小企業・小規模企業等に関する公的定義と統計資料に基づく実状
 - 1 中小企業，小規模企業および SOHO の定義
 - 2 小規模企業としての SOHO の現状
- IV インターネット SOHO のビジネス形態に起因する課題
 - 1 個店としての形態と特質，および課題
 - 2 起業としての形態と特質，および課題
- V インターネット SOHO の合理化・効率化に関わる課題
 - 1 インターネット SOHO の人材
 - 2 SOHO の情報システムに関わる課題
- VI インターネット SOHO を促進する為の指針
 - 1 インターネットビジネスにおけるコミュニティの構築
 - 2 設備投資負荷の削減
- VII おわりに

キーワード；小規模企業，SOHO，インターネット，ベンチャー・ビジネス，情報技術，IT，コア・コンピタンス

Keywords; Small business, SOHO, Internet, Venture business, Information technology, Core competence

I はじめに

情報化時代の小規模企業として，インターネット SOHO (Small Office

Home Office)が注目されている。このインターネット SOHO の数は、ホームページ・ブラウジング (閲覧) ソフトがパソコンの OS (Operating System) と一体化した1995年以降、急激に増加している。この SOHO ワーカー^(註1)は、情報化に関する最先端ユーザ技術を身につけている為、21世紀における新しい産業創出に向けて期待されている。即ち、これまでの経済・産業構造を変革し、新しい社会を築いていく為の「新陳代謝」機能を担う人材として期待されている。

しかし報告されている状況⁽¹⁾を分析すると、インターネット SOHO ビジネスは必ずしも期待どおりに成長しているとは言えない。また、そのビジネス形態に関する定義も明確になっていないとは言えない。

そこで本稿では、その現状認識を基にインターネット SOHO のビジネス形態等を調べ、それらが抱えている課題と今後に向けた展望について考察した。以下、II章で問題点の所在を概括し、III章で中小企業・小規模企業および SOHO の定義を紹介し、IV章以降で問題点に関し分析を行なう。

II インターネット SOHO ビジネスに関する問題点の概括

近年マスコミ等によって、情報技術に関わる景気回復、雇用促進、新規ビジネス創出が盛んに喧伝され^(註2)、ニューエコノミー論⁽²⁾、および、デジタルデバイド対策等⁽³⁾の議論が盛んに行われている^(註3)。そしてインターネットビジネスとしては、オンラインショッピング、情報仲介・販売支援、有料情報サービス、調査サービス、総合ポータル運営 (広告、マーケティング) など幅広い試みがなされている⁽⁴⁾。

しかしこれら情報技術・情報産業に関わる状況を、「実行主体」という観点 (①情報関連技術・サービスの提供企業、②中間提供者&ユーザ、及び、

③一般ユーザ)で整理すると、次の2つに状況が大別される。

1つは①の情報関連技術・サービス提供企業が実行主体となった場合で、ビジネスとしては概ね良好な経営状態にある⁽⁵⁾。

一方②および③の中間提供者&ユーザが実行主体となった場合、インターネット SOHO としてビジネスを新規に展開した状況が多く見られる。この2つめのケースが本稿の対象である。それらは中小企業庁が定義する「小規模企業者」⁽⁶⁾もしくは労働省が定義する「在宅ワーク」^(註4)に相当すると言われているが、その定義では今日のインターネット SOHO を表現することはできないと筆者は考えている。そして、報告されている SOHO ビジネスの実状として年収100万円以下となっている割合が高く^(1,6b)、これらのインターネット SOHO の競争力が必ずしも強いとは言えない状況にあると考えられる⁽⁷⁾。

この状況を引き起こしている要因は幾つか考えられるが、次の2点が最大の問題点と思われる。即ち、(A)ビジネス形態(ビジネスの仕組み)自体の問題、特に、取り扱う「商品」の機能が明確でないこと、次に、(B)SOHO ビジネスの合理化・効率化の問題、いわゆる経営情報システムが未構築で従来の個店経営の状況に近いこと、である。

IV章以降、上述した(A)と(B)の問題に対して現状分析し、それらを引き起こしている要因を考察する。

III 中小企業・小規模企業等に関する公的定義と統計資料に基づく実状

現時点において筆者は、「インターネット SOHO」の定義が明確にされていないなく、また、それらのビジネスに関する統計も確かなものが集計されていない、と考えている。その理由を述べる。1995年(H7年)以降に急激

に発生したインターネット SOHO に関し、その大半のビジネスがホームページのブラウジングに関わる「在宅ワーク（自宅がオフィス）的」な仕事である為、従来の「国勢調査」「事業所・企業統計調査」および「就業構造基本報告」等の調査統計において、①自己申告②調査実施年間隔の2点から実態を把握することは困難と思われる。しかし、SOHO に関する公的な統計資料としては、中小企業庁による平成11年12月～12年1月実施の調査結果がある^(6b)。これは公的という観点から最も信頼できるものであるが、母数とその属性が明示されていない等のため現状を把握し難い面がある。例えば、調査統計の第111—53図（SOHO 事業者の創業年とインターネット普及率）では、SOHO 事業者の創業年別割合が、平成2年（1990年）～平成5年（1993年）7.6%、平成6年（1994年）6.7%、平成7年（1995年）8.5%、平成8年（1996年）16.2%、平成9年（1997年）23.8%、平成10年（1998年）31.2%となっているが、この場合、著者の観点からはSOHO とインターネット SOHO との分離が明確でないと思われる。つまり、1995年の画像情報（ホームページ）を契機として出現した「インターネット SOHO」とは異なる「SOHO」を、少なくとも20%含んでいる調査結果であると言える。1995年の12月以降に Windows95が発売されたことを考え併せ1995年も含めると、その標本数は調査総数の1/3に達する。これら約30%のSOHOは、「インターネット以前のパソコン通信利用者」であったり、あるいは、「既にビジネスをしていたが1995年以降、そのビジネスに関わる通信手段としてインターネットを利用し始めたSOHO」であると思われる。ビジネス創業時に関して1995年を境にした場合、その前後のSOHO についてのビジネス形態は大きな違いがあり、これがビジネスの成否に大きく関係していると筆者は考えている。それが本稿のテーマでありIV章以降で議論される。その中で筆者は、「SOHO（個人営業）」から「インター

ネット SOHO」を抽出し、その特徴と課題を明らかにしようと考えている。本Ⅲ章では、まず、白書などから SOHO の定義と現状を整理する。

1. 中小企業・小規模企業および SOHO の定義⁽⁶⁾

中小企業白書では、米国コーネル大学ラモナ・ヘック教授の定義を引用し『SOHO は、従来から存在する小規模事業者、小売店が範疇に入る』と表現すると同時に、米国の「SOHO に近い概念であるマイクロビジネス」という用語を引用し『零細企業（従業者数が5名以下）がこれに該当する』と定義している。しかし、SOHO に関する調査（平成11年12月～12年1月実施）に際しては、SOHO を『事業を行なう上でインターネットをはじめとするオープンネットワークとパソコン等の情報機器を活用して事業を行なう形態』と位置づけ、『中小企業白書の性格上、大企業に属していて、サテライトオフィスや在宅勤務が認められているようないわゆるテレワークは調査対象から外した』としている。また、同書では、テレワーク白書の定義『文字通り、小規模オフィスや自宅オフィスをさすが、大企業の組織に属さずに、これらの施設を仕事の場として働く個人起業家や個人事業者を指すこともあり、さらに、企業等の組織に属しながら在宅勤務等を実施しているテレワーカーも含め、SOHO と呼ばれていることもある』も、併せて紹介している。この様に SOHO の定義は必ずしも明確になっていない。特に、インターネット SOHO という枠組みも今のところ定まっていないと考えられる。

そこでまず、中小企業基本法（平成11年12月に行なわれた昭和38年制定以来初めての本格的改正）が定める「中小企業」「小規模企業」の定義を表1-1、表1-2にそれぞれ示す。「中小企業」は小売業では50人以下、卸売業とサービス業では100人以下となっている。「小規模企業」の規模に関

しては白書の中で表として明記されていないが、「中小企業白書」の凡例および「中小企業政策の新たな展開」の中で、従業員数20名以下と記載されている。ただし、商業およびサービス業については従業員数5人以下のものとして表現されている。

従業員数5人以下という数は、「注1-SOHO定義」の文中に記載した「零細企業」の人数に該当している。インターネットSOHOは、5人以下という規模の観点からこの零細企業に相当すると思われる。インターネット

表1-1 中小企業の定義（中小企業基本法の改正）

中小企業基本法等の一部を改正する法律

（H11年11月25日成立，同年12月3日公布）

	H11年の法改正前の定義		H11年の法改正後の定義	
	従業員	資本金	従業員	資本金
工業・鉱業等	300人以下	1億円以下	300人以下	3億円以下
卸売業	100人以下	3000万円以下	100人以下	1億円以下
小売業	50人以下	1000万円以下	50人以下	5000万円以下
サービス業	50人以下	1000万円以下	100人以下	5000万円以下

『中小企業政策の新たな展開』中小企業政策研究会最終報告（平成11年5月答申）平成11年p.52，および、『2000年版中小企業白書』平成12年5月25日発行p.425-426から引用。なお、「従業員」と「資本金」の条件は「または（or）」の関係にある。

表1-2 小規模企業の定義（中小企業基本法）

中小企業基本法等の一部を改正する法律

（H11年11月25日成立，同年12月3日公布）

	H11年の法改正前の定義	H11年の法改正後の定義
	従業員数（常用雇用）	従業員数（常用雇用）
製造業等	20人以下	20人以下
卸売業，小売業， サービス業	5人以下	5人以下

小規模企業に関しては、白書の中で表として明示されていない。そこで文中より引用整理した。

SOHO の関連雑誌で報告されている事例の多くは、主婦、脱サラ、退職 OL によるケースが多く、その場合、起業時の人数が本人 1 人もしくは夫婦 2 人となっているので、現況ではこの枠組みが妥当である。

一方、通信白書では、表 1-3 に示すように「テレワーク」の形態として①企業社員のテレワークと②自営業者のテレワークにわけ、後者を SOHO としている。テレワークの必要性については、本人が高齢者か障害者である場合、もしくは、育児・介護等が必要な家族がいて、働く意志があるものの自宅から離れた場所に通勤することが困難な場合を想定している。テレワーカーはインターネットやモバイル通信を活用して自宅等で業務を行なう。

次に、中小企業と小規模企業に関する「企業数 (=会社数+個人事業者

表 1-3 テレワークの分類 (H12年版通信白書 p.51から引用)

テレワーク	企業社員のテレワーク	<ul style="list-style-type: none"> ・ サテライトオフィス/テレワークセンター ・ スポットオフィス (立ち寄り型) ・ 在宅勤務 ・ モバイルワーク
	自営業者のテレワーク (SOHO)	

数)」と「会社数」および「従業員数」を、中小企業白書から引用して示す。ただし、これらの数値は、総務庁の平成 8 年の統計データを基にして H11 年度の中小企業基本法改正以前の基準で加工されたものである。

なお、個人事業主とは一般的に出資者が個人である場合を指すが、税法上は法人を設立せずに事業を行なっている場合が相当する。

表 2-1 は企業数で、表 2-2 は会社数である。企業数という点では、全体の 99.4% を中小企業が占めている。また、中小企業の中に位置する小

表 2—1 企業数（中小企業基本法改正前）；企業数＝会社数＋個人事業者数
 （総務庁「事業所・企業統計調査（平成8年）」再編加工）

	中小企業				大企業		合計	
	企業数	構成比%	うち小規模企業		企業数	構成比%	企業数	構成比%
			企業数	構成比%				
製造業等	1,655,517	99.7	1,524,114	91.8	4,327	0.3	1,659,844	100.0
卸売業	284,831	98.3	194,448	67.1	4,829	1.7	289,660	100.0
小売業	1,940,741	99.6	1,741,642	89.4	8,493	0.4	1,949,234	100.0
サービス業	1,191,833	99.0	1,023,372	85.0	12,071	1.0	1,203,904	100.0
非1次産業計	5,072,922	99.4	4,483,576	87.9	29,720	0.6	5,102,642	100.0

『2000年版中小企業白書』平成12年5月25日発行 p.429から引用。

表 2—2 会社数（中小企業基本法改正前）
 （総務庁「事業所・企業統計調査（平成8年）」再編加工）

	中小企業				大企業		合計	
	企業数	構成比%	うち小規模企業		企業数	構成比%	企業数	構成比%
			企業数	構成比%				
製造業等	800,212	99.5	670,412	83.3	4,326	0.5	804,538	100.0
卸売業	201,273	97.7	114,817	55.7	4,826	2.3	206,099	100.0
小売業	390,268	98.1	257,224	64.7	7,594	1.9	397,862	100.0
サービス業	245,686	95.7	139,494	54.3	10,996	4.3	256,682	100.0
非1次産業計	1,637,439	98.3	1,181,947	71.0	27,742	1.7	1,665,181	100.0

『2000年版中小企業白書』平成12年5月25日発行 p.430から引用。

規模企業に着目すると、その割合も全体の約88%と高い値になっている。
 表 2—1 から表 2—2 を引いた残りが個人事業者数となる。

表 3 に示すように、小規模企業で働く従業者は全従業者数の約4分の1に達している。

これら中小企業白書から引用した統計数値は平成8年（1996年）のものであり、インターネット SOHO が出現し始めた時期に集計されたものである。1996年以降の企業退職者の中で、かつ、自宅でインターネットを用

表3 中小企業、および、小規模企業の従業員数（中小企業基本法改正前）

	中小企業				大企業		合計	
	企業数	構成比%	うち小規模企業		企業数	構成比%	企業数	構成比%
			企業数	構成比%				
製造業等	16,956,189	66.9	7,528,305	29.7	8,379,756	33.1	25,335,945	100.0
卸売業	2,968,059	58.6	548,370	10.8	2,093,283	41.4	5,061,342	100.0
小売業	9,126,736	69.4	4,269,719	32.5	4,020,983	30.6	13,147,719	100.0
サービス業	8,755,676	63.4	3,010,785	21.8	5,046,088	36.6	13,801,764	100.0
非1次産業計	37,806,660	65.9	15,357,179	26.8	19,540,110	34.1	57,346,770	100.0

【2000年版 図で見る中小企業白書】平成12年6月20日 p.131から引用。

(従業員数=常用雇用者数+個人業主数+有給役員数+無給の家族従業員数+臨時雇用者数)

いて生計を立てようとした場合、インターネット SOHO に相当すると考えられる。なお、インターネット SOHO の数は、何を以てインターネット SOHO と言うか（定義）に依存するが、朝日新聞では SOHO 労働者数として1996年の50万人から1999年の100万人への増加を報告している（2000年7月2日付朝日新聞 東京版朝刊3面）。

2. 小規模企業としての SOHO の現状^(6b)

インターネット SOHO の実態は、各種 SOHO 関連雑誌、新聞、白書などを参考にして調べた。本稿で引用するのは、①インターネット SOHO の専門紙で報告されている事例、および、②H12年度中小企業白書における SOHO 事業者調査結果である。

① SOHO 関連雑誌で示された事例（SOHO 白書 '99は標本数133名、SOHO 白書2001は標本数157名）によると、インターネット SOHO の労働環境と収益に関する最頻値は、1ヶ月の労働時間200～250時間未満（専業 SOHO の場合）、年収701万円以上（夫婦2人）である。そして、年収400万円以下が約40%となっている。この調査の対象者は脱サラによるインター

ネット SOHO が多く、サラリーマンの平均労働時間約180時間(週休2日)と比べ『時間的にはキツイ状態』と表現されている。また、年収についてもサラリーマン時代に比べかなり減少しているとのコメントも報告されている。なお、経費(月当たり)は、通信費約1万円、情報収集/スキルアップ約6000円などが必要となっている。

また、2000年12月の調査(SOHO 白書2001)では、平均的 SOHO 像として、男性37.1才(妻子有り)、労働時間5～8時間/日、休日4～6日/月、平均年商650万円の値が報告されている。

② 中小企業白書の場合(標本数は不明)：

中小企業庁が行なった調査(平成11年12月～12年1月実施)では、「事業を行なう上でインターネットをはじめとするオープンネットワークとパソコン等の情報機器を活用して事業を行なう形態」を SOHO と位置づけ、また、「大企業に属していて、サテライトオフィスや在宅勤務が認められているようないわゆるテレワーク」は対象外とし、調査を行なっている。

それによると、SOHO 事業による年収に関して、100万円以下が59%となっている。また、『50万円以下を中心とする100万円以下の集団と、100～800万円以下を中心とする100万円以上の集団に二極化されている』との分析がなされている。低年収集団に関しては、主婦・OLの副業や親元で生活をする女性によるビジネスの場合が多く、さらに詳細に分析を行なう必要があると思われる。ここで示された年収額は一般的なサラリーマン並みの生活が保障される金額とは考えられない。

IV インターネット SOHO のビジネス形態に起因する課題

III章で、雑誌や白書で公表されたデータを基に SOHO の実態を要約し

たが、その中のインターネット SOHO ビジネスを抽出して考えた場合、ビジネスとして成功していると言えない状況が見られるので、その原因と対策を以下の観点から分析する。

即ち(A)ビジネス形態の問題(課題)について、(1)個店(個人経営)としての観点(2)起業(新規ビジネス)としての観点に分けて考察する。

1. 個店としての形態と特質、および課題

まず個人経営的な仕事を列挙し、それらを比較することで、インターネット SOHO ビジネスの形態と特質を明らかにし、内在する課題を抽出する。ここでは個人経営として以下の6つに分類する。

- ① 従来型内職(主婦など)
- ② 家内工業(個人製造、個人建築など)
- ③ 家内商業(個人商店)
- ④ 企業のリモートオフィス
- ⑤ フリーの個人翻訳・著作・プログラマー等
- ⑥ ホームページに関わる小規模ビジネス

このうち、⑥が狭義のインターネット SOHO に相当する。一方、広義のインターネット SOHO は、eコマースの様にインターネットをメディアとして利用する観点で、①②③⑤が相当する。なお米国においては、一定規模以下の企業(在宅勤務と事務所勤務)を“Small Business”と呼び⁽⁸⁾、そのうち、自宅ベースを“Home-based Business”，企業の在宅勤務者を“Telecomuter, Teleworker”と区別している。

これらを、ビジネス形態に関わる4つの観点から比較する。即ち(イ)商品は何か？(ロ)市場は何か？(ハ) (ビジネス) ネットワークは何か？(ニ)情報経営システムは何か？

まず①②③に関して、(イ)(ロ)(ハ)(ニ)の因子について整理する。(イ)の「取り扱うモノ（制作品，製造物など）」については，インターネットブームが始まる以前から，既に「商品」としての機能が明確なモノを対象としていた。また，(ロ)の市場については，需要の程度に差があるものの近隣地域が市場として確定していた。この①，②，③の形態では，需要がかなり明確なモノを「商品」としている点，あるいは，具体的な商品形態はなくても大きな潜在需要が既に存在する点をポイントとしてよいだろう^(註5)。また，(ハ)の「(ビジネス) ネットワーク」については，原材料の仕入れ先や顧客との間の従来型コミュニケーションなどがその機能を果たしており，(ニ)の情報経営システムについては，そろばん・電卓・帳簿・口コミ情報などが機能を代行していたといえる。インターネットで代表される情報技術は，それらの諸工程を効率化する役割を果たしている。しかしながら，これらの個店の場合，間接業務に関する「規模の効果」がない為，情報技術の導入効果は現れにくいと言えよう。

次に④「既存企業のリモートオフィス」に関しては，純粋な個店である①②③と業務形態が異なるものの，商品と市場について類似の性質を持つ。その理由は，所属している企業自体が(イ)商品や(ロ)市場を管理している為である。また，(ハ)ネットワークや(ニ)情報システムについても企業が配慮する場合が多く，その点，情報化時代における個店経営のモデルケースになり得る。

⑤「フリーの個人翻訳・著作・プログラマー等」の場合は，④と⑥の中間に位置し，インターネット SOHO の原形の1つである。商品の機能は顧客（取引先企業）の要求仕様によって確定される。また，デジタル商品の物流はネットワークで行なえるので，IT 技術は受発注や商品の引き渡しなどに利用され導入効果は明確となる。

一方、⑥「ホームページに関わる小規模ビジネス（狭義インターネット SOHO）」は、1994年以降のブラウザソフトの市販とともに出現して来ている（ブームとしては1995年末以降である）。ビジネス形態としては①②③④⑤からの発展形態もあるが、新たな参入が多くそこに問題点が存在している。この両者の区分はコア・コンピタンスが何か？による。前者①②③④⑤からの発展形態は、前述した様に、商品、市場、および、それらを結び付けるビジネスネットワークが既に存在している。その為、プラスアルファ、即ち、経営上の付加価値形成（コスト削減、新市場開拓）の為に、インターネットを利用するものである。しかし、後者の場合、(イ)、(ロ)、(ハ)、(ニ)が不明確で、かつ、経営的に戦略性が乏しい状況にあると考えられる。つまり、デジタル技術を使っているが、商品の機能と価値が不明な為ビジネスシステムが確立していない。コア・コンピタンスはインターネットユーザ技術を持っている、ということにある。

従って、ビジネスが成功する為には、このインターネットユーザ技術の優位性、効率性、および、発展性が問われることになる。この点に関し、所謂「起業（ベンチャー）ビジネス」との相違が見られる。そして、インターネット SOHO の場合、この相違に関して認識が甘いのが現状である。それを次項で分析する。

2. 起業としての形態と特質、および課題

インターネット SOHO の競争力が弱い原因は、ビジネス形態（ビジネスの仕組み）の中にコア・コンピタンス（core competence）がない為である。そして、それは次に述べる様な誤認識を持ってビジネスをたち上げることに原因があると考えられる。

それは、(1)「インターネットを使っているので先進的かつ効率的である」

という誤認、(2)インターネット SOHO ビジネスと「ベンチャービジネス」を同一視する誤認、である。前者(1)に関しては人材の問題として第V章で述べる。ここでは後者(2)について分析する。

まず、この両者の今日の特徴を筆者の観点で述べると次の様になる。①インターネット SOHO ビジネスの場合、一般的なインターネットユーザ技術をもとにビジネスを開始し、将来的な事業規模の拡大までは織り込んでいない。②ベンチャービジネスの場合、明確なコア・コンピタンスをもとに事業を企画し、将来的な規模の拡大は大きな目的の1つになっている。

ここでのポイントは「差別化技術の保有」と「規模の拡大への対応」にある。日本でのインターネット SOHO ビジネスが不振となりやすい原因は、この2点に関する認識の甘さにあると思われる。

この弱点を克服する為には、米国の情報産業関連ベンチャーが成長してきた経緯とその仕組みを分析し、日本の SOHO ビジネス起業プロセスの中に取り入れていくことが必要である。

まず、重要なこととして、米国ではハイテク・ベンチャービジネスが今日のインターネット・ビジネスに先んじて成功していた点を、理解することである^(#6)。具体的には、約20年前からビル・ゲイツ等によりなされた「パソコン革命」によって、シリコンバレーを中心に「ベンチャービジネス」「ガレージビジネス」などの試みがなされ、インターネットとは別に、ハイテクを基にしたベンチャー企業の成功プロセスが確立していた⁽⁹⁾。その後、このベンチャー育成の土壌の中で、商品・サービスとしてインターネットを用いた「インターネット・ビジネス」が発生し、それがビジネスの成功要因となっている。

一方、日本の場合は、「米国パソコン革命」当時、起業家として西和彦、孫正義がいたが、彼らは米国の上述した土壌の中で育成されている。そし

て国内では、NEC、NTTなどの大手コンピュータ、通信企業が、米国のベンチャービジネスに対するキャッチアップを行なっていたと言える。これらの大企業が担った中間バッファ構造機能によって、米国のような新規ビジネス成功の仕組みが日本では形成されなかったと言えよう。

つまり、既存の大手企業のサービスや仕組みを乗り越えて、新しいモノを提案し新機能を定義する様な起業プロセスは日本にはなかった。このような80年代と90年代前半の状況の中で、Windows95とブラウザの登場によって「インターネット革命」が動き出し、そこで展開されるビジネスに関しては、実需要に基づく商品から、コンセプト主導型な商品・サービスへの移行が生じている。これらの新型商品は、機能に関して市場（ユーザ）が要求定義を持っているのではなく、提供者側が示すコンセプトとユーザ側の理解によって初めて商品機能が確定するモノである。その為、コンセプトのオリジナリティがはっきりとし、かつ、先行者メリットを持つ米国ベンチャーが有利となる。後追い展開となる日本の起業は、オリジナルなコンセプトを持ちにくい構造となっている。日本側の対策として、各種のベンチャー支援施策が計画・実施され^(註7)、かつ、ビジネス特許を申請することが各方面で主張されているが、それと同時に、前項で述べた様に「取り扱い商品」自体において、特徴やコンピタンシーを持っていくことがインターネット SOHO にとって必要なことと考えられる。

V インターネット SOHO の合理化・効率化に関わる課題

次に、II章で概括した(B) SOHO ビジネスの合理化・効率化の問題について分析を行なう。この問題はインターネット・プラットフォームが急速に進展したことによって生じている。ここでは(1)人材に関する問題、(2)情報

システムの構築に関する問題に分けて考える。前者は、「インターネット SOHO は情報化潮流の最先端にいる」という錯覚に基づく。つまり、自己の IT 技術に対する過大評価によって、変化しつつある要求との間にミスマッチを発生させている人材である。一方、後者は「インターネット・Eコマースの経費は限りなくゼロに近い」や「インターネットを利用することで大企業と対抗しえる情報システムが構築できる」という宣伝に基づく。即ち、インターネットユーザ利用技術そのものに過大な期待を置くことによって生じる「情報システムの未整備」のことである。

1. インターネット SOHO の人材

インターネット SOHO ビジネスにおけるコア・コンピタンスの1つは、IT 技術 (Information Technology) である。しかし、IT 技術がもたす優位性はそれを利用する人材に大きく依存する。

言い換えると、IT 技術は利用者の立場によって大きく内容とレベルが異なり、例えば、同じインターネットサービスでもサーバ側とクライアント側では用いる技術が異なることに起因する問題である。SOHO ビジネスを起業する際は、この違いに関する認識が重要である。

そこでまず、IT 技術を利用する立場の違いについて、次の3つに分類する。

- ① エンドユーザとしての IT 利用 (クライアント)
- ② ユーザ管理としての IT 利用 (サーバー)
- ③ ネットワーク・サービス提供者としての IT 利用

今日、インターネット SOHO ビジネスを経営する為には、人材として②以上の技術を有することが望ましい。

しかし、インターネット SOHO の多くは①に属している。1995年末から

始まったインターネットブームの初期においては、関連アプリケーション・ソフトが少ない為、彼らの有するユーザ技術は比較的優位性を持っていたと言える。その後、ドッグイヤーと言われる技術革新の中で、エンドユーザとしてのIT利用技術は一般化し陳腐化してきた。さらに、多くの新技術が発生し広範囲にわたり細分化が進んでいる。その為、1995年末以降に登場したインターネットSOHOの多くに於いて、最新のインターネット技術に追従できない状況が発生している。その中で、IT技術の変化の動向を幅広く観察しているエンドユーザのみが自らの保有する技術の位置づけを把握し時代の変化に追従することができる。つまり、本人を含む人材を「経営資源」として客観視できることを意味している。

一方、SE系インターネットSOHOは②に属し、①が行なうビジネスを助ける役割を果している。ただし、この場合も小規模ビジネスに留まっていると、変化する技術に対応出来なくなる状況が観察される。また、ベンチャー型のインターネットSOHOは規模の拡大がビジネス目的にある為、資本があれば③に属する人材を必要に応じて取り入れる事が可能な構造になっている。これらの場合、人材は経営資源の1つとして位置づけられるので、調達できるかどうか問題となる。

以上述べたように、現在のインターネットSOHOに於いては、IT人材を経営資源として管理していくことが不可欠となっている。

ただし、①エンドユーザとしてのIT利用(クライアント)の場合、実際にSOHO自身が自分を含むこのIT関連人材を「経営資源」として管理していけるかどうかについては、別の観点も合わせて考慮することが重要である。つまり、以下に述べる様な、SOHOが有するコア技術やコア・コンピタンスとの関係を踏まえた観点である。

例えば、営業脱サラ系SOHOの場合、商品と市場がはっきりしてしてい

るので、この中にコア・コンピタンスを置くことが可能である。そのため、IT 関連人材を経営資源としてアウトソーシングすることが可能となりやすい。一方、テレワーク系 SOHO や、フリーランサー系 SOHO において、パソコン利用技術、インターネット利用技術およびホームページ作成技術などを商品とする場合、自分自身の技術がコア・コンピタンスとなるので、人材を経営資源として客観的に捉え難くなる。この対策としては、次章で述べる様にインターネット SOHO 同士がお互いに連携を深めるのが現実的な解法の1つとなる。例えば、在宅 SOHO を束ねるスモールオフィス・プロダクション的 SOHO 組織がその役割を担う。形態としては、利益追求を明確にして会社組織にまでしたもの、NPO 的な組織、および、大企業がインターネットユーザを囲い込む目的で行なう事業などが考えられる。

2. SOHO の情報システムに関わる課題

インターネット SOHO は、基本的に労働省が定義する在宅ワークの業務形態を持ち、そのビジネスの多くは請け負い作業となる。その為、経営情報システムという概念を意識している SOHO ワーカーの数は少ないと推測される。しかし、前章で述べた様に経費の削減が経営上不可欠であるので、自らのビジネスを経営情報システムの観点から見直し、効率化を図っていく必要がある。

狭義のインターネット SOHO に関する情報システムの1例を述べる。パソコン（装置と OS）は標準化されており、Macintosh もしくは Windows マシンが主流である。通信インターフェースとして LAN ボード、モデムボードなどは標準装備された状態で購入することができる。なお、周辺機器としてイメージスキャナ、プリンタ、バックアップ用ファイル記憶装置を外づけとして用意する必要がある。また、インターネット接続に関

しては、近年一般電話回線もしくは ISDN 回線 (INS64) などを用いる例が多い。CATV が利用できる環境にある場合は広帯域伝送が可能となる。また、スモールオフィスに複数のパソコンがあつて、それらを同時にインターネット接続させる場合、通常、複数の電話回線が必要であるが、ダイヤルアップ・ルータを介して複数パソコンに接続すれば 1 回線で複数のパソコンからインターネットへのアクセスが可能である。例えば、デジタル回線 (ISDN) を利用する場合、DSU は必須としても、その先にダイヤルアップルータを接続すれば、同時に複数のパソコンがインターネットに接続できるようになる^(註8)。

以上述べた範囲での情報化は、主として対外的 (顧客、取引先) な通信機能としての観点でなされたものである。しかし、経費削減の為には内部的な情報システム化が重要となる。例えば、インターネット SOHO の弱点の 1 つは諸々の経費対策にあるが、特に脱サラ系の SOHO の様に家族の支援を仰いでいる場合、内部的な情報システム化に課題が多い。対策の 1 つは、「同業者同士の連携」があり、「規模の効率化」を導入する方法である。これは経営情報システムとしては「アウトソーシングの利用」と「同業者同士の連携」との両輪型システムになる。

この共同利用とアウトソーシングとを両輪した SOHO 経営システムのフレームワークは別稿にて整理を行なう予定であるが、ここでは概略を述べる。例えば、一般的に管理会計、財務会計、販売・在庫管理システムなどは、市販されているパッケージ・ソフトを個々の SOHO で利用するのが安上りである。しかし、選択、購入、利用技術の習得、トラブル対策、および、バージョンアップなどの煩雑さが発生し、それらに対応する為の人件費などの諸経費は予想外に高いものとなる。その為、団体ライセンス (マルチユーザライセンス、サイトライセンス等) のような契約で、同じソフ

トを利用し情報交換するような共同利用方式が有利になると考えられる。一方、サーバーシステムなどの利用に関してはアウトソーシングで対応の方が有利となる。iDC（インターネット・データ・センター）やCTI（コンピュータ・テレフォニー・インテグレーション）などがそれに相当する。なお、これらのサービスは、機能が現在変化しつつあるので、現在では様子を見守る必要がある。

VI インターネット SOHO を促進する為の指針

IV章とV章でインターネット SOHO に関する課題の分析を行ない、その結果、コア・コンピタンス（商品など）の確立、SOHO 向けのインターネット情報システムの構築の必要性が抽出された。この章では後者に関する展望を示す。特に前章で述べた、情報システムの共同利用とアウトソーシングの「両輪」という観点に着目し、(1)「インターネット・ビジネスにおけるコミュニティーの構築」と、(2)「設備投資負荷の削減」の観点から、促進の為の指針を論ずる。

1. インターネットビジネスにおけるコミュニティーの構築

インターネット SOHO ビジネスを成功させる為には、①市場の形成、②取引上の信頼性の確保が不可欠となる。その為、ビジネス関係者相互のコミュニティーの形成が不可欠である。現在インターネットをメディアとするサイバーコミュニティーが出現しているが、これだけでは信頼関係の構築は可能でない。むしろ、①関係者が直接対面する機会の減少と、それに伴う②取引上のリスクが増大し、問題化しつつある。

それらの対策として、リアル空間上のコミュニティー形成がある。その為

には実空間で場所を確保する事が必要となる。この場所はビジネス・コミュニケーションの場であるとともに、ビジネスでの疲れを癒し他者との新しい関係を築くものでもある。この様な「場」として例えば「北九州テレワークセンター（2000年オープン）」や「三鷹市 SOHO パイロットオフィス実験(1998年開始)」などが期待されよう^(註9)。これらは自治体の施策であるが、今後は企業や大学が地域コミュニティーの中心となり、その役割を担っていくと予想される。そして、それらローカルに形成されたコミュニティー同志の間でサイバー上のコミュニケーションが全国的に展開されていくと期待される。その際に必要とされる設備として、信頼性確保の為の各種認証システムとともに、コミュニティー間の連携に際し臨場感と言う観点から、通信衛星や放送衛星などの大容量伝送通信システムの利用が不可欠になっていくと考える。この事は次項にも関わっていく。

なお、上記の様なコミュニティーが形成された場合、同種の人材が集まる事が予想され、その場合、組織の中のメンバーの役割分担は明確になりにくい。その為、個々の SOHO が自らの働く動機(モチベーション、インセンティブ)を常に確認していくことが必要となる。特に、漠然としたサクセス願望のみでビジネスを開始した SOHO の場合、ビジネスとは別に自分の価値観を再チェックすることが不可欠である。つまり、マイルストーンを明確にしつつ、自分が何を求めているのか、何を達成出来れば満足なのかを、絶えず各自確認・修正していくことが必要となる。このことは同時に、インターネット SOHO の商品開発計画とも密接に関係している。即ち、ユーザの価値観によって値段や作成コストが大きく変動する「SOHO 商品」、例えば、ホームページ作成、趣味関連商品販売、デザイン作成などに関して、それらの顧客価値を明確にしていく上で役立つと考えられる。

2. 設備投資負荷の削減

「インターネットは経費が限りなくゼロに近い」という言葉が一人歩きし、インターネットビジネスへの参入障壁が低い状況が発生している。その為、競争は激化する一方である。さらに、2000年1月現在で世界のホストコンピュータ数が約7240万台に達しており⁽¹⁰⁾、その中で自分のホームページを見てもらう為にはかなりの工夫と努力、即ち、コストが必要となっている。例えば、既存のメディアを用いた事前宣伝、多数のアクセスに対処する為の設備、さらに、付加価値としてのアクセスログやアンケートなどの統計処理システムの構築などを含めると、高額な費用となる。ポータルサイトを目指す場合、費用は米国で100億円（日本の場合は10億円程度）に達するという見積りが報告されている⁽¹¹⁾。

この様に、「経費がタダに近い」と言われていたインターネットビジネスも、従来の設備産業型情報通信サービスとしての域を出ないことが、現在明らかになりつつある。このことは、コスト対効果の観点で、結局、大資本に勝てない構造を持っていることを意味している。つまり、インターネット・ビジネスは、利益が上がるテーマであればあるほど、設備投資とその効率化を推進しやすい大会社が有利となり、新手の大資本が参入してくる分野であると言える。

それらへの対策を考える。「IT先駆者の育成が情報化社会の定着に必要である」とする観点からは、外部機関による支援体制が不可欠となる。近年、民間サイドでは、SOHO支援のビジネスを展開する企業が増えている⁽¹²⁾。また公的にも、前項で触れたようにベンチャーからインターネットSOHOに至るまで、積極的な支援を行なう施策が数多く報告される様になってきている^{(13)(註10)}。今後これらをインターネットSOHOの現場からの視点で連携させていくことが、支援体制を実効的なものにしていくうえで

重要であると考えられる。

一方、インターネット SOHO の自助努力を促す観点からは、前項で述べたコミュニティーの形成と、その中での ASP や iDC などの情報システムを共同利用する方向へ転換することが大きな柱になるだろう。その際、SOHO 各自がコア・コンピタンスを持つことが不可欠である。いずれにしても、インターネット SOHO のビジネスが、実生活を本当に豊かにできるリアル・バリューを伴った産業に成長していく為には、インターネットの本質である「コミュニケーションの創出」を最大限生かす情報システムを構築していくことが必要である。

VII おわりに

インターネット・ビジネスのうち SOHO が関わる領域は、参入障壁が低いいため競争が激しい。しかし、今後日本の情報化社会の発展にとって、インターネット SOHO 市場の活性化は不可欠と考え、本稿では現状分析と今後の指針について検討した。抽出された課題は、(1)コア・コンピタンスの明確化、(2)経費削減を可能とする情報システムの構築、である。前者については取り扱い商品の機能を明確にしその競争力を強化すること、また、後者については①コミュニティーの形成による経営資源の共有化と②アウトソーシングを両輪とするシステムを構築していくことが重要であると考えられた。次稿では、インターネット SOHO に適した情報システムのあり方についてさらに調査と考察を進める。

(注)

注1—「SOHO定義」:

SOHOはsmall office Home officeの略なので、この点からは「オフィス、事業所」を示すが、今日一般的に「SOHOワーカー」としてSOHO形態の労働者を示す言葉としても使われている。本稿ではSOHOを「SOHOワーカー」として使用する。

なお、中小企業白書(2000年版)と通信白書(H12年版)では次の様に定義している。

(中小企業白書 外注111-3 SOHOの定義から、原文のまま引用)

SOHOは、ニューヨーク・マンハッタンのSOHO地区(South of Houston Street)に、若い芸術家が仲間同士で小さなオフィスを構えて、パソコンやインターネットを利用してビジネスを始めたことから略称がついたとも言われるが、現状で「公式な定義」は存在しない。テレワーク白書'98では、「文字通り、小規模オフィスや自宅オフィスをさすが、大企業の組織に属さずに、これらの施設を仕事の場として働く個人起業家や個人事業者を指すこともあり、また、企業等の組織に属しながら在宅勤務等を実施しているテレワーカーも含め、SOHOと呼ばれていることもある」としている。また、米国における最も一般的なSOHOの定義としては、「フルタイム(週40時間勤務)、もしくはパートタイム(週勤務時間40時間未満)で在宅ビジネスに従事している個人事業者(自営業者)」となっている(SOHO研究を専門とするコーネル大学ラモナ・ヘック教授)。このような定義によると、SOHOは、従来から存在する小規模事業者、小売店が範疇にはいる。今回の調査(中小企業庁:平成11年12月~12年1月実施)では、「事業を行なう上でインターネットをはじめとするオープンネットワークとパソコン等の情報機器を活用して事業を行なう形態」をSOHOと位置づけ、調査対象とした。同時に中小企業白書の性格上、「大企業に属していて、サテライトオフィスや在宅勤務が認められているようないわゆるテレワーク」は調査対象から外している。また、米国では、SOHOに近い概念として、「小さなビジネス」を意味する「マイクロビジネス」という用語が使われることがあるが、我が国では、法人格を有しない個人業主を含めた、零細企業(従業員数が5名以下)が、これに該当すると考えられる。(以上全文引用)

(以下、平成12年通信白書から引用)

テレワーク・SOHO(概況) —インターネットとモバイル通信の普及により、新たな就労形態として出現—

① テレワークの定義・分類

テレワークとは「パソコン等の情報通信機器等を利用し、遠く離れたところ(TELE)で仕事を行なうこと(WORK)」と定義され、働き手の属性から、企業社員のテレワークおよび自営業のテレワーク(SOHO)に分類できる。さらに、企業

社員のテレワークについては、テレワークを行なう場所から、サテライトオフィスやテレワークセンター、スポットオフィス(立ち寄り型)、在宅勤務、モバイルワークに分類することができる。

注2—「技術立国」:

1例を示す。レスター・サロー(経済学者)によると、1960年当時と1997年の企業ランキング(株式の時価総額ランキング上位25社)の比較で、米国において1997年の上位25社のうち8社は、1960年では非常に小さいか存在していないとのこと。しかし欧州においてはほとんど変化はなかったとのこと。この理由として、レスターはビジネス界の保守的な考え方(欧州)の存在とそれを変革する(米国)必要性を指摘している。日本でもITを種として、古いフレームワークの打破と新しいビジネスの創出が期待されている。(『技術立国を目指すなら考えをあらためよ』日経ビジネス1998.12.7号)

注3—「デジタルデバイド」:

収入、人種、地域によってコンピュータ利用やインターネットアクセスに格差がでる現象をいう。

インターネットを利用した情報流通システムが社会的に構築されると、インターネットにアクセスできない人は社会(システム)から取り残されるという危惧に基づいている。米国の様に、国土が広く、かつ、銃の携帯が許され治安が良くない地域では、外出せずに各種社会活動ができることに対するニーズが高く、インターネットを媒体とした各種サービスが定着している。その様な状況では貧富の格差や教育の格差が存在すると、上述したインターネットアクセスも付随して格差が生じるとして、デジタルデバイドに関する警告が1995年ごろから出されていた。当時筆者も、線で結ばれたネットワーク(線の上にいる人と線から落ちている人)から面で繋がったコミュニティへ進むべきだと考えていた。その後、この基本的考え方は変わっていない。しかし、ビジネス的側面に関して、日本ではユーザレベルでのパソコン利用やインターネットへの接続能力が過大評価され、この操作能力差がデジタルデバイドの源泉であると考えられる傾向にある。そしてさらに、それらの操作技術をコア・コンピタンスとしてSOHOに乗り出す人が増加している様に思える。それが今日のSOHOの低迷をもたらしている遠因だと考える。また筆者はデジタルデバイドに関して①一般ユーザの立場でのもの(IT化公共サービス、IT化商用サービス、IT化社会福祉サービスなどを受け難いかどうか)、②会社員の立場でのもの(会社のIT技術を使いこなせるか、それに関わる雇用、昇進、昇給チャンスを掴めるかどうか)、および、③新規ビジネスの立場でのもの(コア・コンピタンスとしてのIT技術を持っているか、ビジネスチャンスをいかせるか)に分けて考えている。なお、年収格差に関しては、野村総研による「通信や放送、コンピュータなど情報通信機器・サービスの利用動向調査リポー

ト（日本工業新聞5.30）」で、パソコン自宅保有者と非保有者の格差が拡大していることが報告されている。

注4—「在宅ワーク」:

「在宅ワーク」の今日的定義は、2000年6月に労働省が策定した「在宅ワークの適正な実施のためのガイドライン」に記されている。それによると、『情報通信機器を活用して請け負い規約に基づきサービスの提供などを行う在宅形態の就労のうち、文書入力、ホームページ作成など他の者が代わって行うことが容易なものを指す』とのこと。（「増える主婦の在宅ワーク」西日本新聞2000.6.28記事のコラムより）

注5—「主婦のアイデア商品」: 競争力のある商品とはなにか?

この種のビジネスに関しては、ヒット商品として定着するまで、本人がリスクを負い業務も全部一人で行う必要がある。その中で、日常生活の不便性から既に潜在需要があったモノがヒットしていく。マーケット分析がない状態でビジネスを行うので生産量管理や在庫管理などでリスクが発生する。その絶対額は大きくないとしても、個人起業家としては大きなリスクとなる。各地で展開されている100円ショップやアイデア商品展は、この種のアイデア(企画/生産)と市場を結び付ける有効なビジネスネットワークであり、この様なビジネスネットワークがインターネット SOHO に必要である。

注6—「米国ハイテク・ベンチャー」:

参考として付記する。米国におけるベンチャー、ハイテク産業の集積地としては、代表的な「サンノゼ（シリコン・バレー）」と「ボストン（ルート128）」があるが、その他に「グレートワシントン＝ワシントンDC＋バージニア州北部＋メリーランド州近郊（シリコンスワンプ）」や「ニューヨーク（シリコンアレー）」、および、「コロラド州デンバー」、「ノースカロライナ州ローリー」、「テキサス州オースティン」などがある。とくにシリコンスワンプと呼ばれている大ワシントン圏はインターネット関連企業が多く、アメリカオンライン(AOL)、ネットワークソリューションズ、PSI ネット、MCI ワールドコム、サイベイランス、UUNet テクノロジーズ、スカイキャシュなどが集まっている。

注7—「日本の起業支援」:

以前より日本はベンチャーを育てる風土がないことが指摘されていたが、近年、新規事業による雇用創出と景気回復の為に新しい多くの施策が展開されている。例えば、99年の政府予算において、通産省は新規産業・雇用の創出を最重点課題としている。具体的には、事業経験のないサラリーマン失業者への支援(開業資金調達、販路開拓、マーケティングや財務管理支援など)や既存企業への企業内起業支援などが盛り込ま

れている。ベンチャー事業に対する「地域プラットフォーム整備」においては増額要求がなされていた。

また、2000年3月に、ベンチャー企業の支援を目指す改正新事業創出促進法が施行されている。この促進法ではベンチャー企業の経営活性化を促し、株式公開（資金調達）を支援することを狙いとしている。同年6月21日時点でIT関連ベンチャーを中心に11件が認定されている。

一方、中小企業白書（2000年版）によれば、「平成12年度において講じようとする中小企業施策」の第6章創業者・ベンチャー企業支援の推進の中で、下記の様な施策が提示されている。

付表 創業者・ベンチャー企業支援の推進

（2000年版中小企業白書、「平成12年において講じようとする中小企業施策，p.6-8」から引用）

項 目	メ モ
1. 創業・ベンチャー国民フォーラム (補助額：1億7400万円)	起業経験者、有識者を結集し、起業推進・制度改革に向けた政策提言・模範起業家顕彰など、普及啓発活動の全国展開。
2. 創業セミナー・創業塾の開催 (委託額：6億4400万円)	全国連・日商が、都道府県商工会連合会などとの連携を図りつつ、進める。
3. ベンチャープラザ・ベンチャーフェア事業 (プラザ，補助額：1億7000万円) (フェア，事業団認可予算)	資金・人材・パートナー（販路）に関し、出会いの場を提供（プラザ）。優秀な試作品を大々的に展示・紹介（フェア）。
4. ベンチャー・ワン・ストップ・サービス提供事業 (委託額：7500万円)	体系的な支援を行なう。
5. 海外インキュベータの活用支援 (補助額：6400万円)	日本貿易振興会（JETRO）「ベンチャー・インキュベーション・スペース運営事業」を実施。
6. ベンチャー企業向け投資実績の公表 (委託額：2500万円)	投資事業組合の運用実績基準を算出・公表するための調査を実施する。
7. コーディネーション活動支援 (補助額：7億1500万円)	全国中小企業団体中央会がコーディネータの発掘，連携促進活動支援等を行なう。
8. 新規創業支援研修 (補助額：1億6800万円)	全国の中小企業大学校および主要都市において，研修を行なう。

それらとは別に地域活性化を目指した中小企業支援や新規ビジネス創出支援は各県

単位で従来から盛んに行われている。例えば、福岡県では、商工部新産業・技術振興課 新産業支援係において、「ヤングベンチャー育成支援事業」を展開している。平成9年度（2件の採択）から毎年公募が行われている。また、石川県では平成11年4月より、石川県の経済を牽引する新しい産業を生み出すことを目的として、「(財)石川県産業創出支援機構 (<http://www.isico.or.jp>)」が設立されており、特に、SOHO ビジネスの支援に力を入れている（いしかわ SOHO プラザ）。

注8—「TA とダイアルアップルータ」:

ISDN 回線を利用する場合、デジタル回線の終端に DSU をおく事は必須であるが、それからパソコンまでの間に、TA もしくはダイアルアップルータを設置する必要がある。H12年秋の現時点で、値段は前者が約2～3万円、後者が約3～4万円で約1万円ほどの差がある。ダイアルアップ・ルータを用いると、1回線で複数のパソコンが同時にインターネット接続が可能となるが、その際、プロバイダーに自分のユーザ ID とパスワードを送信しなくてよい。なお、そのルータから「ハブ (10BASE-T 規格が一般的)」を介して複数パソコンへの蛇足配線となる。

注9—「三鷹市 SOHO パイロットオフィス実験 (1998)」

三鷹市では、これまで幾たびか通信メディア実験が行なわれている。SOHO に関しては、現在、SOHO の為のサテライトオフィスが運営されている。そこでは倒産した中小企業の敷地・ビルが提供され、シニアの人達による SOHO-NPO の運営がされている。三鷹は、都市の郊外で住宅地が多く、段々、年金生活者の割合が多くなってきているので、その年齢層の活性化が目的の1つとなっている。

注10—「SOHO 支援」:

本論文では、「インターネット SOHO」と「SOHO」との違い、および「インターネット SOHO ビジネス」と「ベンチャービジネス」との違いに焦点を当てて、議論を進めている。支援という観点にたった場合も、これらの相違を認識しつつ推進することが必要であると考えられる。なお、中小企業白書(2000年版 p.60-61)では、SOHO 支援、SOHO 共同事業に関し、次の様に紹介している。以下、原文から抜粋引用して示す。

- ・「事業協同組合により SOHO を全国的にネットワーク化」: インターネット事業に関するプロデュース、コンサルティングを行なう U 社 (東京都) を中心に、平成9年に16県の異業種による「32社」が集い、全国区域を対象とした Y 事業協同組合 (東京) を設立した。(略) 個人として活動する SOHO 事業者にも賛助会員としての参加を呼びかけ、共同受注、共同販売のネットワークの拡大に努める一方で、今後の SOHO 事業者向けの福利厚生、共済制度の整備も進めている。
- ・「SOHO 事業者へサービスを提供する任意団体」: 全国の SOHO 団体や SOHO 事業社40社が集まり設立された V 協会 (東京都) は、SOHO 事業者による新しいビジ

ネススタイルの社会的認知と SOHO 事業者の生活の向上に寄与することを目的とし、10人以下の SOHO 事業者の「デジタルワーク&ライフスタイル」を情報提供によりサポートしながら平成12年の公益法人化に向け体制を整備している。多くの SOHO 事業者が、商工会、労働組合に属しないため、検索エンジンとなる SOHO 電話帳でネットワークを広げ、トラブルリスク損害保険や無担保・無保証人の9%ビジネスローンを描えることで幅広いサービス提供を行なっている。

- ・「自治体による SOHO 事業者のためのインキュベーション施設：「情報都市」づくりを目指す三鷹市（東京都）は、平成10年に実験施設「SOHO パイロットオフィス」を開設し、自ら創業しようとする SOHO 事業者支援に乗り出している。（中略）平成12年4月には、SOHO や福祉系産業分野の立地促進を図るための産業支援拠点施設「産業プラザ」を開設する。（後略）

なお、上記以外、数多くの支援組織があるが、別の機会で報告する。また、以下にインターネットで検索された SOHO 関連組織を示す。これら SOHO 関連 Web サイトの URL については雑誌などでも時々特集されている。

インターネットで検索される SOHO コミュニティー等の例（平成12年6月20日時点）
(<http://excite.jp.netscape.com/>)

「W-SOHO ネットワーク」：<http://www.w-soho.com/>

女性 SOHO サミット。30代以上の女性の仕事と家庭を考える情報発信ネットワーク。メンバーの延べ人数は現在50万人。バナー広告掲載のほか、モニター、アンケート、イベント動員、入力オペレーション、制作。

「SiteMap/SOHO-J」：<http://www.soho-j.ne.jp/main.html>

SOHO のための実務講座 営業編 掲示板 SOHO 検索 Q & A

「SOHO シンクタンク-TOP-」：<http://www.so-ho.gr.jp/>

SOHO 事業者・ワーカーの発展のため非営利かつ中立的に SOHO 事業の活性化を推進。

「SOHO GUILD」：<http://www.sohoguild.co.jp/>

「SOHO (600万人) のエージェント設立」を提唱。

「テレワーカー」「マイクロビジネス」「在宅ワーク」

「AOL 在宅ワークと SOHO スクエア TOP ページ」：

<http://member.aol.com/cljpsoho/index.html>

AOL のコミュニティエリア「在宅ワークと SOHO スクエア」の WEB 版。

「SOHO LINK」：<http://www.incl.or.jp/~okasan/SOHOLINK.html>

SOHO リンク集…お母さんが探し当てた SOHO サイト。

「SOHO ネットワーク埼玉」：<http://saitama.soho.gr.jp/>

「A-SOHO 研究室」：<http://kota.to/>

子持ちパート主婦の SOHO 実践記。

「SOHO 活用自主実験」：<http://scals.cisnet.or.jp/~soho/home.html>

中国ソフトウェア CALS 研究会のもとで進められている実証実験の一つ。ソフトウェア企業が SOHO を活用してソフトウェアを調達するためのガイドラインとなる『SOHO 活用手引』を作成。

「SOHO の リンク 集」：<http://www.wnn.or.jp/wnn-c/tokusyu/soho/SOHOlink.html>

SOHO をもっとよく知りたい、SOHO をはじめたいと思った方に役立つリンク。

「ユニシンク HomePage」：<http://www.unithink.co.jp/index.html>

SOHO, 小規模事業主, 個人経営者に役に立つ情報サイト。

「SOHO ASIA」：<http://www.soho-asia.com/index.html>

アジアに広がるプロフェッショナルネットワークを通じて、アジアの交流を指向する自治体・学校や関係機関への コンサルタント組織を目指す。

「双方春秋」：<http://www.sohos.org/~soho-is/index.htm>

SOHO 事業者の総合誌。

「INTER IT」：<http://www.upunet.or.jp/INTER-IT/farm/soho/index.html>

SOHO 同志のネットワークづくりや仕事情報の提供を目的としたサイトを中心にリンク。

「SOHO Internet work」：<http://jnews.com/>

インターネットを使ったビジネス・在宅ワークの求人・求職情報

「ジー・ソフトウェア開発リンクコーナー」：<http://www.gsoft.nu/gsoft/Link.html>

山梨県都留市にてフリーでソフトウェア開発, ホームページ作成, パソコン出張指導も。

「SOHO ビレッジ」：村の広場：<http://www.sohovillage.com/default.html>

SOHO のためのオンラインコミュニティ

「SOHO エネルギー研究所」：<http://www.uchida.co.jp/soho/>

SOHO ワーカーにスタミナ情報を発信。

「SOHO ガイド」：<http://www.sohoguild.co.jp/>

あらゆる面で SOHO をバックアップ。SOHO の老舗的存在。

「SOHO 研究会」：<http://www.sys.gr.jp/soho/>

SOHO の可能性と連携プレーなどを研究する。

「SOHO-UNION」：<http://www.soho-union.net/>

「SOHO Web 情報」：<http://www.fic.ne.jp/sohoweb.htm>

SOHO サイトリンク情報

「Yahoo! Business_and_Economy:Employment:Telecommuting」：

http://www.yahoo.co.jp/Business_and_Economy/Employment/Telecommuting/

テレワーカーのための支援サイト。情報提供や勉強会, 求人, 求職登録も可能。

「SOHO の声を政府に届けよう」:

<http://village.infoweb.or.jp/~fwga3678/soho/>

SOHO に優しい社会, 制度, 社会基盤。そうした SOHO の希望を社会に反映。

「Ivy SOHO: 関西 SOHO 支援サイト」: <http://ivy.box.co.jp/main.html>

関西を中心とした全国3800名の SOHO ワーカー相互支援サイト。

「SOHO 工房」: <http://www2s.biglobe.ne.jp/~blueju/>

SOHO を応援。求人・求職情報から掲示板を利用した情報提供。

「SOHO's COMMUNITY」: <http://www.sohos.org/>

SOHO 事業者のコミュニティの場。静岡県では SOHO ワーカーに対する各種支援を行い, その集積を図るため, SOHO パイロットオフィスを静岡県三島市に整備することを計画。

「office SOHO homepage service」: <http://www.office-soho.com/>

個人 Web サーバー。office SOHO サービス。

「SOHO」: <http://www.jan.ne.jp/~pekos/hp/soho.htm>

SOHO (Small Office Home Office) 活動を支持, 応援。

「在宅勤務求人情報 SOHO 人材バンク」: <http://www.m-n.com/soho/index.html>

企業・ビジネスと SOHO 仕事を探している人材のかけ橋。

(参考・引用文献)

(1) 例えば

- ・中小企業庁編集, 「6 SOHO (2) SOHO の課題」『2000年版図で見る中小企業白書』同友館, 2000年, pp.20-22
- ・『SOHO コンピューティング』, (株)サイビス, 1998年2月号~2000年7月号

(2) 例えば

- ・(財)日本情報処理開発協会編, 「総論2. デジタルエコノミーの進展と課題」『情報化白書2000』, (株)コンピュータ・エイジ社, 2000年, pp.33-38
- ・栗野原 奨「短期連載(上) 賢人からの教訓」『日経ビジネス』, 2000.7.3号, pp.74-79
- ・浜 矩子「欧州急上昇でニューエコノミー論争沸騰」『日経ビジネス』, 2000.3.6号, p.16
- ・今井賢一「情報技術革命は経済の枠組みを変えるか」『エコノミスト』, 2000.4.10号, pp.112-115
- ・今井賢一「IPの上すべてが載る経済へ」日経新聞, 2000.12.25付

(3) 例えば

- ・郵政省編「デジタル・ディバイド」『平成12年度通信白書』, (株)ぎょうせい, 2000年 pp.88-89

- ・(財)日本情報処理開発協会編「総論 5. 21世紀の望ましい情報化社会のために」『情報化白書2000』, (株)コンピュータ・エイジ社, 2000年 pp.46-50
- ・「所得格差 米国で拡大」, 読売新聞 2000. 5. 21
- (4) インターネット・ビジネス研究会『インターネットビジネス白書2000』ソフトバンクパブリッシング(株)1999年, p.210
- (5) 例えば
 - ・「グローバル企業優位鮮明 IT 関連が躍進 99年度」日経新聞, 2000. 6. 8 付
 - ・「経済教室 IT の生産性向上効果」日経新聞, 2000.11. 8 付
 - ・(財)日本情報処理開発協会編「II 情報産業編」『情報化白書2000』, (株)コンピュータ・エイジ社, 2000年 pp.236-243 (コンピュータ産業の動向), pp.253-259 (情報サービス産業の動向), pp.285-296 (電子ネットワーク産業の動向), pp.311-318 (情報通信技術の動向)
- (6)
 - ・中小企業庁編, 「第3章 我が国における中小企業の位置づけ」『2000年版中小企業白書』, 大蔵省印刷局, 平成12年5月, pp.425-437, 付注111-3 (SOHO の定義)
 - ・中小企業庁編, 「目次 凡例」『2000年版中小企業白書』, 大蔵省印刷局, 平成12年5月, 目次 p11相当
 - ・中小企業庁編集「小規模企業者の定義」『中小企業政策の新たな展開』同友館, 1999年, pp.52-53
- (6b)
 - ・「第1特集 SOHO 白書'99」『SOHO コンピューティング』, (株)サイビス, 1999年11月号, pp.10-33
 - ・「第1特集 SOHO 白書2001」『SOHO コンピューティング』, (株)サイビス, 2000年12月号 pp.16-33
 - ・中小企業庁編, 「第1章 構造変化する経済社会での中小企業の挑戦」『2000年版中小企業白書』, 大蔵省印刷局, 平成12年5月, pp.51-53
- (7) 例えば
 - ・中小企業庁編集「6 SOHO (1) SOHO の実態」『2000年版図で見る中小企業白書』, 同友館, 2000年, pp.18-20
 - ・佐々木雅志「ネットビジネスは、他社と小回りの利く協力関係を築けるかがカギ！」『ビットビジネス』ダイヤモンド社, 2000年8月号, p.19
 - ・太田 聡「サイバー・マーケティングに関する一考察—SOHO における 4Ps と 3Cs—」『オフィス・オートメーション 第41回全国大会予稿集』, 2000年, pp.127-131
- (8) (財)中小企業総合研究寄稿訳編『アメリカ中小企業白書1997版』1999年, p.190
- (9) 例えば
 - ・斉藤由多加 現地取材・文「徹底検証 マッキントッシュ伝説」『Mac world japan』, マックワールド・コミュニケーションズ・ジャパン, 1994年 vol.4 No.3 pp.80-124

- ・ビル・ゲイツ著，西和彦訳『ビル・ゲイツ未来を語る』(株)アスキー，1995年
- (10) 日本インターネット協会編「第5部世界 第1章世界」『インターネット白書2000』，(株)インプレス，2000年，p.221
- (11) 大前研一「ネット企業淘汰時代に生き残るためのドット・コム之法則10か条」『SAPIO』2000.6.28号，pp.76-79
- (12) 例えば，
 - ・「中小ベンチャー経営」日経産業新聞，2000.11.6付
 - ・「SOHO組織化で新会社」日本経済新聞，2000.11.8付
 - ・「先端を行くベンチャービジネス」日経産業新聞，2000.11.8付
- (13) 中小企業診断協会編「6編 小規模企業対策」『中小企業施策の手引』同友館，2000年，pp.161-166

(要約)

21世紀の新しい産業創出に向けて小規模企業が期待されている。本稿では、インターネット技術の先駆的ユーザであるインターネット SOHO に着目した。このインターネット SOHO は1995年以降急激に増加しているが、参入障壁が低く競争が激しいことなどの為ビジネスとしては必ずしも期待どおりに成長していない。そこで、本稿ではインターネット SOHO ビジネスの形態等を分析し、課題と展望について考察した。その結果(1)コア・コンピタンスの明確化、(2)経費削減を可能とする情報システムの構築が必要であり、前者については取り扱い商品の機能を明確にしその競争力を強化すること、また、後者は①コミュニティーの形成による経営資源の共有化と②アウトソーシングとを両輪とするシステムの構築にある事を指摘した。

A Study on Small Business in an Age of Information Technology

—Problems on Internet SOHO Business—

Satoshi OHTA

(Abstract) Small business is now expected to create new services and business-models. This paper focuses on Internet SOHO (small office and home office) which has been rapidly increasing in number after 1995 of Windows95-boom in Japan. Though the internet SOHO worker were thought to be most advanced-users concerning information technologies and were expected to grow in business, few reports has shown well conditions of their income and so on. So in this paper, the reasons have been studied and some suggestions have been done. (1) Clarification of a core-competence in business, especially about their goods and services, (2) Building a management system in order to decrease cost, which are composed by both a share-use in SOHO community and an outsourcing.