

1. はじめに

個人企業家等が情報通信ネットワークや情報通信機器を駆使して、自宅や小規模の事務所で業務を行う独立自営型、かつ遠隔型の近代的なワークスタイルである SOHO (Small Office Home Office) は、高知県のような地方圏にとっては、距離のハンディキャップを感じさせない魅力的な新しい勤務形態であり、興味ある検討対象である。

SOHO が、もし、地方への立地・定住を積極的に望むのならば、人口の流出・減少に悩む地方圏にとっては、これまで、期待を重ねながら、裏切られ続けてきた工業の誘致に代わる画期的な大転換である。SOHO が遠隔地の不利を厭わず地方の中小都市等に自ら進んで居住・立地する可能性、そのための居住地の条件を考究・整理してみる。

2. SOHO の地方立地の前提条件

SOHO は、業種によってクリエイター系、システム系、エディター系、ライター系に分類され (H11 年版 通信白書)、後 2 者は、アナログ回線を主とするなどの違いはあるが、総括して SOHO の業務内容とその条件を考察する。

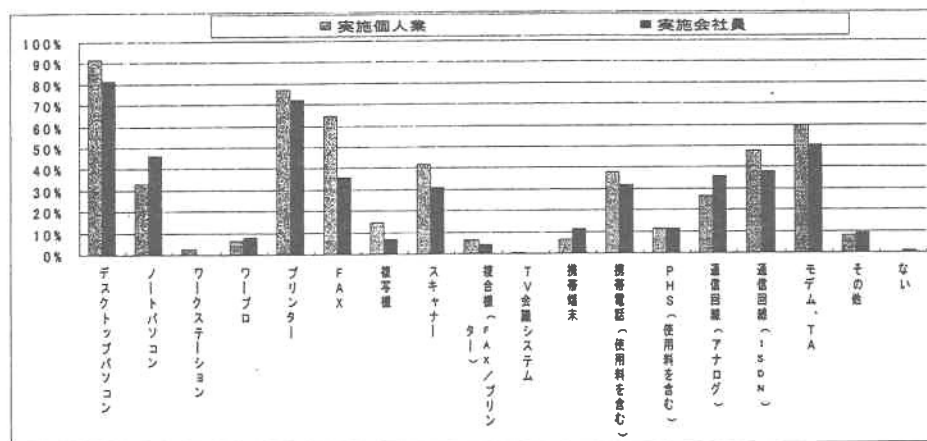


図-1 在宅勤務時の使用機器 1999年 佐堀大輔 文蔵5)

通常の企業の勤務形態においては、企業の立地と、従業員の居住地選択は、SOHO と根本的に異なり、ほぼ完全に 2 段階に分解されている。すなわち、まず企業がほぼ経済合理性のみを目指して工場等の事業所の立地選定をし、それに合わせて、当該企業の従業員は、配属され、また、新規の就業者も、それに応じて就職先を選択し、最後に通勤条件を重要な条件として居住地を選ぶという順序を採る。これに対して、SOHO においては、その業務を円滑に執行する経済合理性に関する事項と、家

族をも含めた個人の居住地の選好に関する事項は同時進行的に選択される点が大きく異なっている。

SOHO の業務内容に即し、その地方立地の優劣を考察する。

- 1) 情報収集 インターネットを駆使して WEB の情報を幅広く得られるようになったから、地方においても著しく改善さる。しかし、日本的な対面による人から人へのホットな情報収集 (例えば大プロジェクトにおける懸念される大きな課題等は、公開情報では得難い。)、印刷媒体 (充実した図書館、大規模な書店等) は、まだ、地方の不利は否めない。
- 2) 営業活動 クライアントがアメリカ的な経済合理性にのっとった対応を採るならば、地方にあっても受注者である SOHO が、そのクライアントと接触し得た以後においては、努力は報いられる可能性はある。しかし、これも日本的な人脈と人柄・人情等に大きく依存する営業戦線が続く限りは、地方居住の不利は否めない。また、新規の顧客との接触方法が、SOHO 側においては、ホームページに依存せざるを得ない点も、受け身の営業の悲哀を脱しきれない。しかし、ホームページが有力な営業手段であるならば、そのことに関しては、地方は大都市と対等であることは評価できる。
- 3) 受注 発注条件が合理的に整理されていれば、(都市計画コンサルタント業務等では、従来極めてあいまいで、マンドイの見積もりさえ困難な場合が横行していたが、今後著しく改善されるであろう。) 電子的手段のみで十分可能。
- 4) 業務に関する打ち合わせ 業務内容が合理的に整理されていれば、電子的手段のみでもかなり合理化可能。しかし、都市計画策定業務等においては、発注側の内部事情により、成果提出後、市長等の上司、関係住民の反対等受託者乙が

その責を負う必要が皆無な甲側からの（内容的にはやむを得なくても、契約上は理不尽な）手直しを要求されることは少なくなかった。この点に関しては、人脈等を活用し、日常的に当該業務の関連する発注者側の環境を情報収集し得る発注者に周辺に立地する（すなわち大都市圏の）受注者が有利。

4) 作業に関する情報収集 1) で記したように著しく改善されはしたが、クライアントの担当者等と日常的な接触が地方にあっては不十分なので、1) の事前の一般的な情報収集以上に、相対的に地方は不利。SOHO の従事者同士をつなぐ情報交換の日常的なネットワーク等により、地方在住であっても SOHO の日常的な情報収集力を高めたい。（具体的な案件に遭遇してからは、守秘義務と、SOHO 同士も商売敵の関係にあることから難しい。）

5) 成果の検査・検品 電子的手段のみでほぼ可能。6) 納品 電子的手段のみでほぼ可能

3. 地方において SOHO の立地を意識したニュータウンの必要性

SOHO に対して、インターネットを用いて発注する企業者の大部分は大都市圏、特に東京圏に立地する。しかし、それは、情報サービス業に発注する機会の多い産業・企業が、すでに膨大な量で東京圏等に集中している結果に過ぎない。逆に、インターネット発注に利点を活用し、発注企業も、地方に立地しやすくなることは認めたい。3) において、これら企業が著しく東京圏等に偏っている現実から、なお、受け身の受注者である SOHO の地方での立地は、依然若干不利な点は、営業活動、情報収集等で残るものの、業務の合理化・近代化によりかなり改善が期待され、かつ改善されつつある。

従って、今後可能性が高まる SOHO の地方立地の受け皿として、大規模ではないにしても魅力的なニュータウンの提供が今後特に必要になると、推測される。その根拠を列記すると次の通り。

- 1) 業務・契約等の近代化・合理化により SOHO の地方立地の不利はかなり改善され得る見通しであること。
- 2) 孤独な個人事業者である個々の SOHO を横断的につなぐ部門間を超えた人の輪、情報の輪こそ SOHO には不可欠
SOHO の業態を好んで個人事業者の道を選んだ多くのものは、企業組織の束縛は嫌っているものの、世間との付き合いそのものを嫌っているのではなく、異なる専門分野の話題に触れるクラブ的接触を切望している層である可能性もある。
- 3) 独特の体臭を持つ知的産業従事者であることから、その居住地選定に当たっても、個性的な差別化を望む可能性が強く、スムーズに U ターン・I ターンを進めるためには、既成市街地の既存住宅の建替え等ではおおよそ満足しない。
従って、個性的なデザインの新規開発のニュータウンの供給が受け皿として望まれる。
- 4) 家族も含めて、差別化志向の一環として、都市に個性的な文化と伝統を希求する可能性が高く、大洲、高梁等の歴史的都市か、少なくとも文化的集積を持つ県庁所在都市等が近くに在ることが望ましい。
- 5) 差別化の一環として、景観等総合的な居住環境が高級であることも望ましい。その点からは、那須、伊豆等の別荘地的地区が候補として挙がるが、フットルースの SOHO が敢えてこれら他の需要に競合して高地価に挑むことは得策でなく、例えば地方に在って高知県の手結（夜須町）のように、空港との連絡も良く別荘地としても評価されていたような地区が今後候補地として浮かび上がるであろう。

4. おわりに

情報化の時代を迎え、地理的条件が不利な地方圏においては、SOHO は、期待を担った新しい業務スタイルであるが、信用力に劣る零細なマイクロビジネスであるというハンディは否めない。個性的な独自の技術で買い叩かれるのを免れる少数のエリートが地方でも十分クライアントを惹きつけて繁栄するであろう。全国規模の新しい競合の時代を迎え、その積極的誘致のために、魅力的な都市環境を整えることが重要である。SOHO の実態と動向に関しては、データが乏しく、先ずはデータの収集が重要である。

参考文献 1) 郵政省編 H11 年版通信白書、2) 同 H12 年版通信白書、3) 柴田郁夫 志木サテライトオフィス 10 年の経緯にみる日本型テレワークの基盤作り、第 1 回日本テレワーク学会研究発表大会論文集、1999、4) 柳原佐智子ほか、テレワークの管理—仕事観とオフィス観の革新、同上論文集、5) 佐堀大輔、3 年間のオンライン調査結果に基づくテレワーカーに関する考察、第 2 回日本テレワーク学会研究発表大会論文集、2000、6) 大西隆ほか、テレワーク人口の最新動向に関する考察、同上論文集、光多長温・日端康雄編著、情報化と都市の将来、慶応大学出版会 1999、1、7) 原田保ほか編、SOHO・テレワーク デジタルエコノミーの経営戦略、日科技連、1999、2、