

平成 17 年度総務省請負事業

**SOHO支援団体の実態
及び支援策の在り方に関する調査研究
報 告 書**

平成 1 8 年 3 月

社団法人日本テレワーク協会

目次

第1章 調査研究の概要	1
1-1 目的	1
1-2 調査研究の構造	1
1-3 調査の方法と内容	2
1-3-1 SOHO支援団体の支援内容や利用状況等の調査・分析	
(1) 事前調査	
(2) SOHO支援団体の抽出	
(3) アンケート調査項目の策定と実施	
(4) SOHO支援団体に対してのグループインタビュー調査の実施	
1-3-2 SOHO事業者及び発注者等の実態や支援団体へのニーズ調査・分析	
(1) SOHO事業者向け調査・分析	
(2) 発注者向け調査・分析	
1-3-3 有効な支援策及び支援方法等の検討	
1-4 調査等の実施結果	6
1-4-1 アンケート調査	
(1) 全体の回答数と回答率	
(2) SOHO支援団体及びSOHO事業者向け調査の回答数と回答率	
(3) 自治体向け調査の回答数と回答率	
1-4-2 発注者向けヒアリング調査	
(1) 企業向けのヒアリング調査	
(2) 自治体向けのヒアリング調査	
1-4-3 グループインタビュー調査	
第2章 SOHO支援をめぐる現況	8
2-1 SOHO支援団体	8
2-1-1 SOHO支援団体の特徴	
(1) 所在地	
(2) スタッフ数と年間売上高	
(3) 設立時期	
(4) 組織形態	
(5) 業種や活動分野	
(6) 支援業務が売上げに占める割合	
2-1-2 SOHO支援団体が提供している支援機能・サービス	
(1) 支援機能・サービスの種類と重点的に提供している項目	
(2) 組織形態との関わり	
2-2 SOHO事業者	23
2-2-1 SOHO支援団体を利用しているSOHO事業者の特徴	
(1) 所在地	
(2) 社員数と年間売上高	
(3) 設立の時期と組織形態	
(4) 業種(活動分野)	
(5) SOHO事業者としての属性	
2-2-2 SOHO事業者におけるSOHO支援団体の利用状況	
(1) 仕事獲得におけるSOHO支援団体の位置づけ	

(2) SOHO事業者の支援団体利用状況	
(3) SOHO事業者が利用している支援機能・サービス	
(4) SOHO事業者が支援団体を利用しない理由	
(5) 提供を受けている各支援機能についてのSOHO事業者の意識等	
①「仕事の紹介・斡旋をうけること」に関する現状	
②「仕事の発注をうけること」に関する現状	
③「研修やセミナー等に参加すること」に関する現状	
④「相談やコンサルテーションをうけること」に関する現状	
⑤「交流の場を提供されること」に関する現状	
⑥「オフィススペースの提供をうけること」に関する現状	
2-3 自治体 -----	39
2-3-1 自治体におけるSOHO支援の現状	
2-3-2 自治体が提供している支援機能・サービスの種類	
2-3-3 自治体におけるSOHO支援団体への業務発注	
(1) 業務発注の現状	
(2) SOHO支援団体やSOHO事業者へ発注するメリット	
(3) 発注先に対する評価の基準	
2-3-4 自治体における業務発注の今後	
(1) 業務発注の今後の可能性	
(2) SOHO支援団体への要望	
2-4 発注者（民間企業） -----	46
2-4-1 民間企業におけるSOHO支援団体やSOHO事業者への業務発注	
(1) 業務発注の現状	
(2) SOHO支援団体やSOHO事業者へ発注するメリット	
(3) 発注先に対する評価の基準	
2-4-2 発注者（民間企業）における業務発注の今後	
(1) 業務発注の今後の可能性	
(2) SOHO支援団体への要望	
第3章 SOHO支援団体におけるあるべき支援策に向けた課題の抽出と今後の方向性 -----	52
3-1 支援策の体系的整理（型による分類） -----	52
3-1-1 支援タイプ「仕事支援型」の支援団体	
3-1-2 支援タイプ「環境整備型」の支援団体	
3-1-3 支援タイプ「交流・研修型」の支援団体	
3-1-4 支援タイプ「スペース提供型」の支援団体	
3-2 成功・失敗要因の分析 -----	54
3-2-1 支援タイプ別成功・失敗の現状	
3-2-2 支援タイプ別成功・失敗の要因	
(1) 支援タイプ「仕事支援型」における成功・失敗要因	
(2) 支援タイプ「環境整備型」における成功・失敗要因	
(3) 支援タイプ「交流・研修型」における成功・失敗要因	
3-2-3 グループインタビューの結果からみる成功・失敗の要因	
(1) スキル・ノウハウ面	
(2) 人材・人員面	

(3) 採算性に関わる面	
(4) 宣伝・PR面	
(5) その他の仕組みやマネジメント面	
3-3 支援タイプ(型)ごとの課題の抽出	-----74
3-3-1 各機能・サービスの提供率と利用率からみた課題	
3-3-2 SOHO支援団体とSOHO事業者との意識の差異からみた課題	
(1) 支援タイプ「仕事支援型」における課題	
(2) 支援タイプ「環境整備型」における課題	
(3) 支援タイプ「交流・研修型」における課題	
(4) 支援タイプ「スペース提供型」における課題	
3-3-3 SOHO事業者ニーズと支援団体の今後の支援内容からみた課題	
3-3-4 発注者からみたSOHO支援団体の課題	
3-4 あるべき支援策に向けた課題の抽出と今後の方向性	-----86
3-4-1 各タイプごとの今後の方向性	
(1) 支援タイプ「仕事支援型」における今後の方向性	
①コアとなるビジネスモデルの必要性	
②納期・品質・リスク管理面の基盤整備	
③発注者の信頼を高める信用保証や損害賠償等の仕組みづくり	
④SOHO事業者の立場やニーズへの注目	
⑤SOHO支援団体としての立場から自治体ができることが望ましい方向性	
(2) 支援タイプ「環境整備型」における今後の方向性	
①SOHO事業者へのアピール度の向上	
②支援内容の拡充	
(3) 支援タイプ「交流・研修型」における今後の方向性	
①ビジネスに結びつく交流・研修の提供	
②採算性がとれる支援サービスの展開	
(4) 支援タイプ「スペース提供型」における今後の方向性	
①SOHO事業者のビジネス展開支援	
(5) タイプを横断した今後の方向性	
①SOHO支援団体の認知度向上の必要性	
②公民の連携と公の担う役割	
3-4-2 SOHO支援団体が成功するための10カ条	

資料編

1 SOHO支援団体における各支援内容	-----99
1-1 SOHO支援団体(自治体を除く)における各支援内容の詳細	-----99
1-1-1 SOHO事業者への仕事の紹介・斡旋	
(1) 利用者の数とタイプ・業種	
(2) 提供状況	
1-1-2 仕事の条件についての代理交渉や契約サポート	
(1) 利用者の数とタイプ・業種	
(2) 提供状況	
1-1-3 SOHO事業者向けの仕事の受注とSOHO事業者への仕事の発注	
(1) 利用者の数とタイプ・業種	
(2) 提供状況	
1-1-4 SOHO事業者に対しての納期・スケジュール管理や業務の品質管理	
(1) 利用者の数とタイプ・業種	

- (2) 提供状況
- 1-1-5 SOHO事業者向けの研修やセミナー等の実施
 - (1) 利用者の数とタイプ・業種
 - (2) 提供状況
- 1-1-6 相談やコンサルテーション等の実施
 - (1) 利用者の数とタイプ・業種
 - (2) 提供状況
- 1-1-7 金融機関の紹介やファイナンス面での支援
 - (1) 利用者の数とタイプ・業種
 - (2) 提供状況
- 1-1-8 経理・税務や申告書類の作成等の事務代行
 - (1) 利用者の数とタイプ・業種
 - (2) 提供状況
- 1-1-9 SOHO事業者のトラブル回避や解決の支援（仲裁など）
 - (1) 利用者の数とタイプ・業種
 - (2) 提供状況
- 1-1-10 情報セキュリティ、個人情報保護（プライバシー保護）に関連する情報の提供や指導
 - (1) 利用者の数とタイプ・業種
 - (2) 提供状況
- 1-1-11 旅館やレストランなど福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引など
 - (1) 利用者の数とタイプ・業種
 - (2) 提供状況
- 1-1-12 SOHO事業者向けの保険紹介や加入の斡旋
 - (1) 利用者の数とタイプ・業種
 - (2) 提供状況
- 1-1-13 交流イベントの開催や電子的交流の場の提供
 - (1) 利用者の数とタイプ・業種
 - (2) 提供状況
- 1-1-14 オフィススペース（インキュベーションブース等）の提供
 - (1) 利用者の数とタイプ・業種
 - (2) 提供状況
- 1-2 自治体が提供する各支援内容の詳細 -----128
 - 1-2-1 SOHO事業者向けの研修やセミナー等の実施
 - (1) 利用者の数とタイプ・業種
 - (2) 提供状況
 - 1-2-2 相談やコンサルテーション等の実施
 - (1) 利用者の数とタイプ・業種
 - (2) 提供状況
 - 1-2-3 金融機関の紹介などファイナンス面での支援
 - (1) 利用者の数とタイプ・業種
 - (2) 提供状況
 - 1-2-4 交流イベントの開催や電子的交流の場の提供
 - (1) 利用者の数とタイプ・業種
 - (2) 提供状況
 - 1-2-5 オフィススペース（インキュベーションブース等）の提供
 - (1) 利用者の数とタイプ・業種
 - (2) 提供状況

2. Webアンケート調査票	138
2-1 SOHO支援団体向け調査票	138
2-2 SOHO事業者向け調査票	147
2-3 自治体向け調査票	154

図表一覧

第1章

【図表 1-2-1 調査研究フロー】

【図表 1-4-1 発注者向けヒアリング調査の対象先(民間企業)】

第2章

【図表 2-1-1 SOHO支援団体およびSOHO事業者の所在地の都道府県別割合】

【図表 2-1-2 SOHO支援団体のスタッフ数】

【図表 2-1-3 SOHO支援団体の年間売上高】

【図表 2-1-4 SOHO支援団体の規模(スタッフ数)と年間売上高の関係】

【図表 2-1-5 SOHO支援団体の設立時期】

【図表 2-1-6 SOHO支援団体の設立時期と規模(スタッフ数)の関係】

【図表 2-1-7 SOHO支援団体の設立時期と年間売上高の関係】

【図表 2-1-8 SOHO支援団体の組織形態】

【図表 2-1-9 SOHO支援団体と組織形態の地域特性】

【図表 2-1-10 SOHO支援団体の組織形態とスタッフ数】

【図表 2-1-11 SOHO支援団体の組織形態と年間売上高の関係】

【図表 2-1-12 SOHO支援団体の組織形態と設立時期の関係】

【図表 2-1-13 SOHO事業者とSOHO支援団体の主な活動分野(業種)の比較】

【図表 2-1-14 SOHO支援団体の業種と組織形態の関係】

【図表 2-1-15 NPO法人の主な活動分野】

【図表 2-1-16 SOHO支援団体において支援業務が全売上に占める割合】

【図表 2-1-17 SOHO支援団体の組織形態と支援業務が全売上に占める割合】

【図表 2-1-18 SOHO支援団体が提供している支援機能・サービスの現状】

【図表 2-1-19 SOHO支援団体が重視して提供している支援機能・サービスの順位】

【図表 2-1-20 提供支援機能・サービスと組織形態の関係】

【図表 2-1-21 各提供支援機能間の相関係数】

【図表 2-2-1 SOHO事業者の社員数】

【図表 2-2-2 SOHO事業者の年間売上高】

【図表 2-2-3 SOHO事業者の設立時期】

【図表 2-2-4 SOHO事業者の組織形態】

【図表 2-2-5 SOHO事業者の設立時期と組織形態の関係】

【図表 2-2-6 SOHO事業者の業種と年間売上高の関係】

【図表 2-2-7 SOHO事業者の属性(1)】

【図表 2-2-8 SOHO事業者の属性(2)】

【図表 2-2-9 SOHO事業者の業種と属性(2)との関係】

【図表 2-2-10 SOHO事業者の主な仕事の受注先】

【図表 2-2-11 SOHO事業者の業種と主な仕事の受注方法の関係】

【図表 2-2-12 SOHO事業者によるSOHO支援団体の利用実態】

【図表 2-2-13 SOHO支援団体の利用開始年】

【図表 2-2-14 SOHO事業者が利用している支援団体の組織形態】

【図表 2-2-15 SOHO事業者に利用されている支援機能・サービス】

【図表 2-2-16 SOHO事業者が支援団体を利用しない理由】

【図表 2-2-17 未利用者の今後の利用予定】

【図表 2-2-18 「仕事の紹介・斡旋をうけること」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】

【図表 2-2-19 「SOHO支援団体から発注をうけること」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】

【図表 2-2-20 「研修やセミナー等に参加すること」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】

【図表 2-2-21 「相談やコンサルテーションをうけること」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】

【図表 2-2-22 「交流の場を提供されること」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】

- 【図表 2-2-23 「オフィススペースの提供をうけること」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】
- 【図表 2-3-1 自治体におけるSOHO支援の有無(都道府県および市区町村別)】
- 【図表 2-3-2 自治体が提供している支援機能・サービス(都道府県および市区町村別)】
- 【図表 2-3-3 自治体が重視して提供している支援機能・サービスの順位(都道府県および市区町村別)】
- 【図表 2-3-4 自治体におけるSOHO支援団体やSOHO事業者への業務発注の現状と今後(全体)】
- 【図表 2-3-5 現在SOHO支援団体やSOHO事業者へ発注している自治体における今後の動向(自治体の規模別)】
- 【図表 2-3-6 自治体がSOHO支援団体やSOHO事業者へ業務発注する場合に重視する項目】
- 【図表 2-3-7 自治体がSOHO支援団体やSOHO事業者への業務発注と関連して検討される観点】
- 【図表 2-3-8 SOHO支援団体やSOHO事業者への業務発注で今後見込まれる分野】
- 【図表 2-3-9 発注先として信頼できるSOHO支援団体やSOHO事業者の情報(一覧表など)の必要性】
- 【図表 2-4-1 業務発注の現状】
- 【図表 2-4-2 部門別業務発注窓口比較表】
- 【図表 2-4-3 発注するメリット】
- 【図表 2-4-4 発注先に対する評価基準】
- 【図表 2-4-5 今後の発注量の増減】
- 【図表 2-4-6 SOHO支援団体への要望】

第3章

- 【図表 3-1-1 SOHO支援の現状による支援策の整理・分類】
- 【図表 3-2-1 「仕事の紹介・斡旋(マッチングサイトの提供も含む)」の順調さ】
- 【図表 3-2-2 「代理交渉や契約サポート」の順調さ】
- 【図表 3-2-3 「仕事の受注と発注」の順調さ】
- 【図表 3-2-4 「納期管理や品質管理」の順調さ】
- 【図表 3-2-5 「相談やコンサルテーション等の実施」の順調さ】
- 【図表 3-2-6 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」の順調さ】
- 【図表 3-2-7 「仕事の紹介・斡旋」で順調団体が Yes と回答している項目】
- 【図表 3-2-8 「仕事の紹介・斡旋」で順調でない団体が No と回答している項目】
- 【図表 3-2-9 「代理交渉や契約サポート」で順調団体が Yes と回答している項目】
- 【図表 3-2-10 「代理交渉や契約サポート」で順調でない団体が No と回答している項目】
- 【図表 3-2-11 「仕事の受注と発注」で順調団体が Yes と回答している項目】
- 【図表 3-2-12 「仕事の受注と発注」で順調でない団体が No と回答している項目】
- 【図表 3-2-13 「納期管理や品質管理」で順調団体が Yes と回答している項目】
- 【図表 3-2-14 「納期管理や品質管理」で順調でない団体が No と回答している項目】
- 【図表 3-2-15 「仕事支援型」における成功・失敗要因】
- 【図表 3-2-16 「相談やコンサルテーション等の実施」で順調団体が Yes と回答している項目】
- 【図表 3-2-17 「相談やコンサルテーション等の実施」で順調でない団体が No と回答している項目】
- 【図表 3-2-18 「環境整備型」における成功・失敗要因】
- 【図表 3-2-19 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」で順調団体が Yes と回答している項目】
- 【図表 3-2-20 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」で順調でない団体が No と回答している項目】
- 【図表 3-2-21 「交流・研修型」における成功・失敗要因】
- 【図表 3-3-1 SOHO支援団体(自治体含む)のサービス提供率とSOHO事業者の利用率】
- 【図表 3-3-2 「仕事の紹介・斡旋」に関する支援団体、事業者間での差異】
- 【図表 3-3-3 「仕事の受注と発注」に関する支援団体、事業者間での差異】
- 【図表 3-3-4 「相談やコンサルテーション等の実施」に関する支援団体、事業者間での差異】
- 【図表 3-3-5 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」に関する支援団体、事業者間での差異】
- 【図表 3-3-6 「オフィススペースの提供」に関する支援団体(自治体を含む)、事業者間での差異】
- 【図表 3-3-7 利用者と未利用者が望む支援機能・サービスと支援団体が今後力を入れる支援内容】
- 【図表 3-3-8 自治体が今後力を入れる支援内容】
- 【図表 3-3-9 発注先に対する評価の基準】

資料編図表一覧

- 【資料編図表 1-1-1 「仕事の紹介・斡旋(マッチングサイトの提供も含む)」の利用者数】
- 【資料編図表 1-1-2 「仕事の紹介・斡旋(マッチングサイトの提供も含む)」の利用者属性(1)】
- 【資料編図表 1-1-3 「仕事の紹介・斡旋(マッチングサイトの提供も含む)」の利用者属性(2)】
- 【資料編図表 1-1-4 「仕事の紹介・斡旋(マッチングサイトの提供も含む)」の利用者の業種】
- 【資料編図表 1-1-5 「仕事の紹介・斡旋(マッチングサイトの提供も含む)」の需給状況】
- 【資料編図表 1-1-6 「仕事の紹介・斡旋」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】
- 【資料編図表 1-1-7 「代理交渉や契約サポート」の利用者数】

- 【資料編図表 1-1-8 「代理交渉や契約サポート」の利用者属性(1)】
- 【資料編図表 1-1-9 「代理交渉や契約サポート」の利用者属性(2)】
- 【資料編図表 1-1-10 「代理交渉や契約サポート」の利用者の業種】
- 【資料編図表 1-1-11 「代理交渉や契約サポート」の需給状況】
- 【資料編図表 1-1-12 「仕事の条件についての代理交渉や契約サポート」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】
- 【資料編図表 1-1-13 「仕事の受注と発注」の利用者数】
- 【資料編図表 1-1-14 「仕事の受注と発注」の利用者属性(1)】
- 【資料編図表 1-1-15 「仕事の受注と発注」の利用者属性(2)】
- 【資料編図表 1-1-16 「仕事の受注と発注」の利用者の業種】
- 【資料編図表 1-1-17 「仕事の受注と発注」の需給状況】
- 【資料編図表 1-1-18 「仕事の受注と発注」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】
- 【資料編図表 1-1-19 「納期管理や品質管理」の利用者数】
- 【資料編図表 1-1-20 「納期管理や品質管理」の利用者属性(1)】
- 【資料編図表 1-1-21 「納期管理や品質管理」の利用者属性(2)】
- 【資料編図表 1-1-22 「納期管理や品質管理」の利用者の業種】
- 【資料編図表 1-1-23 「納期管理や品質管理」の需給状況】
- 【資料編図表 1-1-24 「納期管理や品質管理」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】
- 【資料編図表 1-1-25 「研修やセミナー等の実施」の利用者数】
- 【資料編図表 1-1-26 「研修やセミナー等の実施」の利用者属性(1)】
- 【資料編図表 1-1-27 「研修やセミナー等の実施」の利用者属性(2)】
- 【資料編図表 1-1-28 「研修やセミナー等の実施」の利用者の業種】
- 【資料編図表 1-1-29 「研修やセミナー等の実施」の需給状況】
- 【資料編図表 1-1-30 「研修やセミナー等の実施」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】
- 【資料編図表 1-1-31 「相談やコンサルテーション等の実施」の利用者数】
- 【資料編図表 1-1-32 「相談やコンサルテーション等の実施」の利用者属性(1)】
- 【資料編図表 1-1-33 「相談やコンサルテーション等の実施」の利用者属性(2)】
- 【資料編図表 1-1-34 「相談やコンサルテーション等の実施」の利用者の業種】
- 【資料編図表 1-1-35 「相談やコンサルテーション等の実施」の需給状況】
- 【資料編図表 1-1-36 「相談やコンサルテーション等の実施」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】
- 【資料編図表 1-1-37 「金融機関の紹介やファイナンス面での支援」の利用者数】
- 【資料編図表 1-1-38 「金融機関の紹介やファイナンス面での支援」の利用者属性(1)】
- 【資料編図表 1-1-39 「金融機関の紹介やファイナンス面での支援」の利用者属性(2)】
- 【資料編図表 1-1-40 「金融機関の紹介やファイナンス面での支援」の利用者の業種】
- 【資料編図表 1-1-41 「金融機関の紹介やファイナンス面での支援」の需給状況】
- 【資料編図表 1-1-42 「金融機関の紹介やファイナンス面での支援」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】
- 【資料編図表 1-1-43 「経理・税務や事務代行」の利用者数】
- 【資料編図表 1-1-44 「経理・税務や事務代行」の利用者属性(1)】
- 【資料編図表 1-1-45 「経理・税務や事務代行」の利用者属性(2)】
- 【資料編図表 1-1-46 「経理・税務や事務代行」の利用者の業種】
- 【資料編図表 1-1-47 「経理・税務や事務代行」の需給状況】
- 【資料編図表 1-1-48 「経理・税務や事務代行」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】
- 【資料編図表 1-1-49 「トラブル回避や解決支援」の利用者数】
- 【資料編図表 1-1-50 「トラブル回避や解決支援」の利用者属性(1)】
- 【資料編図表 1-1-51 「トラブル回避や解決支援」の利用者属性(2)】
- 【資料編図表 1-1-52 「トラブル回避や解決支援」の利用者の業種】
- 【資料編図表 1-1-53 「トラブル回避や解決支援」の需給状況】
- 【資料編図表 1-1-54 「トラブル回避や解決支援」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】
- 【資料編図表 1-1-55 「情報セキュリティ、個人情報保護情報の提供や指導」の利用者数】
- 【資料編図表 1-1-56 「情報セキュリティ、個人情報保護情報の提供や指導」の利用者属性(1)】
- 【資料編図表 1-1-57 「情報セキュリティ、個人情報保護情報の提供や指導」の利用者属性(2)】
- 【資料編図表 1-1-58 「情報セキュリティ、個人情報保護情報の提供や指導」の利用者の業種】
- 【資料編図表 1-1-59 「情報セキュリティ、個人情報保護情報の提供や指導」の需給状況】
- 【資料編図表 1-1-60 「情報セキュリティ、個人情報保護情報の提供や指導」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】
- 【資料編図表 1-1-61 「福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引」の利用者数】
- 【資料編図表 1-1-62 「福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引」の利用者属性(1)】
- 【資料編図表 1-1-63 「福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引」の利用者属性(2)】

- 【資料編図表 1-1-64 「福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引」の利用者の業種】
- 【資料編図表 1-1-65 「福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引」の需給状況】
- 【資料編図表 1-1-66 「福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】
- 【資料編図表 1-1-67 「保険紹介や加入の斡旋」の利用者数】
- 【資料編図表 1-1-68 「保険紹介や加入の斡旋」の利用者属性(1)】
- 【資料編図表 1-1-69 「保険紹介や加入の斡旋」の利用者属性(2)】
- 【資料編図表 1-1-70 「保険紹介や加入の斡旋」の利用者の業種】
- 【資料編図表 1-1-71 「保険紹介や加入の斡旋」の需給状況】
- 【資料編図表 1-1-72 「保険紹介や加入の斡旋」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】
- 【資料編図表 1-1-73 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」の利用者数】
- 【資料編図表 1-1-74 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」の利用者属性(1)】
- 【資料編図表 1-1-75 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」の利用者属性(2)】
- 【資料編図表 1-1-76 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」の利用者の業種】
- 【資料編図表 1-1-77 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」の需給状況】
- 【資料編図表 1-1-78 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】
- 【資料編図表 1-1-79 「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供」の利用者数】
- 【資料編図表 1-1-80 「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供」の利用者属性(1)】
- 【資料編図表 1-1-81 「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供」の利用者属性(2)】
- 【資料編図表 1-1-82 「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供」の利用者の業種】
- 【資料編図表 1-1-83 「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供」の需給状況】
- 【資料編図表 1-1-84 「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】
- 【資料編図表 1-2-1 「研修やセミナー等の実施(自治体)」の利用者数】
- 【資料編図表 1-2-2 「研修やセミナー等の実施(自治体)」の利用者属性(1)】
- 【資料編図表 1-2-3 「研修やセミナー等の実施(自治体)」の利用者属性(2)】
- 【資料編図表 1-2-4 「研修やセミナー等の実施(自治体)」の利用者の業種】
- 【資料編図表 1-2-5 「研修やセミナー等の実施(自治体)」の需給状況】
- 【資料編図表 1-2-6 「研修やセミナー等の実施(自治体)」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】
- 【資料編図表 1-2-7 「相談やコンサルテーション等の実施(自治体)」の利用者数】
- 【資料編図表 1-2-8 「相談やコンサルテーション等の実施(自治体)」の利用者属性(1)】
- 【資料編図表 1-2-9 「相談やコンサルテーション等の実施(自治体)」の利用者属性(2)】
- 【資料編図表 1-2-10 「相談やコンサルテーション等の実施(自治体)」の利用者の業種】
- 【資料編図表 1-2-11 「相談やコンサルテーション等の実施(自治体)」の需給状況】
- 【資料編図表 1-2-12 「相談やコンサルテーション等の実施(自治体)」の順調さ】
- 【資料編図表 1-2-13 「相談やコンサルテーション等の実施(自治体)」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】
- 【資料編図表 1-2-14 「金融機関の紹介などファイナンス面での支援(自治体)」の利用者数】
- 【資料編図表 1-2-15 「金融機関の紹介などファイナンス面での支援(自治体)」の利用者属性(1)】
- 【資料編図表 1-2-16 「金融機関の紹介などファイナンス面での支援(自治体)」の利用者属性(2)】
- 【資料編図表 1-2-17 「金融機関の紹介などファイナンス面での支援(自治体)」の利用者の業種】
- 【資料編図表 1-2-18 「金融機関の紹介などファイナンス面での支援(自治体)」の需給状況】
- 【資料編図表 1-2-19 「金融機関の紹介などファイナンス面での支援(自治体)」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】
- 【資料編図表 1-2-20 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供(自治体)」の利用者数】
- 【資料編図表 1-2-21 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供(自治体)」の利用者属性(1)】
- 【資料編図表 1-2-22 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供(自治体)」の利用者属性(2)】
- 【資料編図表 1-2-23 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供(自治体)」の利用者の業種】
- 【資料編図表 1-2-24 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供(自治体)」の需給状況】
- 【資料編図表 1-2-25 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供(自治体)」の順調さ】
- 【資料編図表 1-2-26 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供(自治体)」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】
- 【資料編図表 1-2-27 「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供(自治体)」の利用者数】
- 【資料編図表 1-2-28 「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供(自治体)」の利用者属性(1)】
- 【資料編図表 1-2-29 「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供(自治体)」の利用者属性(2)】
- 【資料編図表 1-2-30 「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供(自治体)」の利用者の業種】

【資料編図表 1-2-31 「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供(自治体)」の需給状況】

【資料編図表 1-2-32 「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供(自治体)」に関する現状
(Yes-No 質問の回答結果)】

第1章. 調査研究の概要

1-1 目的

SOHO支援団体（以下「支援団体」という。）の活動内容は、SOHO事業者の従事する職種等が多様なため、その支援内容も事業者間ビジネス交流会の開催から、研修・セミナーの実施、福利厚生制度の実施まで多岐にわたっている。また、運営主体も自治体、公益法人、NPO法人、民間企業など多岐にわたり、その活動拠点も大都市圏だけでなく、地方にも広がりつつある。支援団体は、我が国にSOHOを浸透・定着させることに貢献できるものとして期待されるが、支援団体の組織形態や支援内容など基本的情報は体系的にまとめられておらず、そのため時代に即した有効な支援策の検証もなされていない状況である。

そこで、支援団体の実態を把握し、その支援策を体系的に整理分類するとともに、成功・失敗要因等を分析し、在るべき支援策に向けた課題の抽出とそれら課題への対応の方向性を検討することにより、支援団体の活動の強化・高度化に寄与する。また、あわせてSOHO事業者や発注者等に対しても支援団体の役割や活動を周知することを通じて、我が国におけるSOHOの浸透・定着を図る。

(注) なお、本調査における定義は以下のとおりである。

【SOHO支援団体】

SOHO事業者に対して、以下のいずれかの機能・サービスを提供している、企業法人、自治体、社団・財団等の公益法人、NPO法人、協同組合等を指す。

①SOHO事業者への仕事の紹介・斡旋（マッチングサイトの提供も含む）、②仕事の条件についての代理交渉や契約サポート、③仕事の受注とSOHO事業者への仕事の発注、④SOHO事業者に対しての納期・スケジュール管理や業務の品質管理、⑤SOHO事業者向けの研修やセミナー等の実施、⑥相談やコンサルテーション等の実施、⑦金融機関の紹介等ファイナンス面での支援、⑧経理・税務や申告書類の作成等の事務代行、⑨SOHO事業者のトラブル回避や解決の支援（仲裁など）、⑩情報セキュリティ、個人情報保護（プライバシー保護）に関連する情報の提供や指導、⑪旅館やレストランなど福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引など、⑫SOHO事業者向けの保険紹介や加入の斡旋、⑬交流イベントの開催や電子的交流の場の提供、⑭オフィススペース（インキュベーションスペース等）の提供

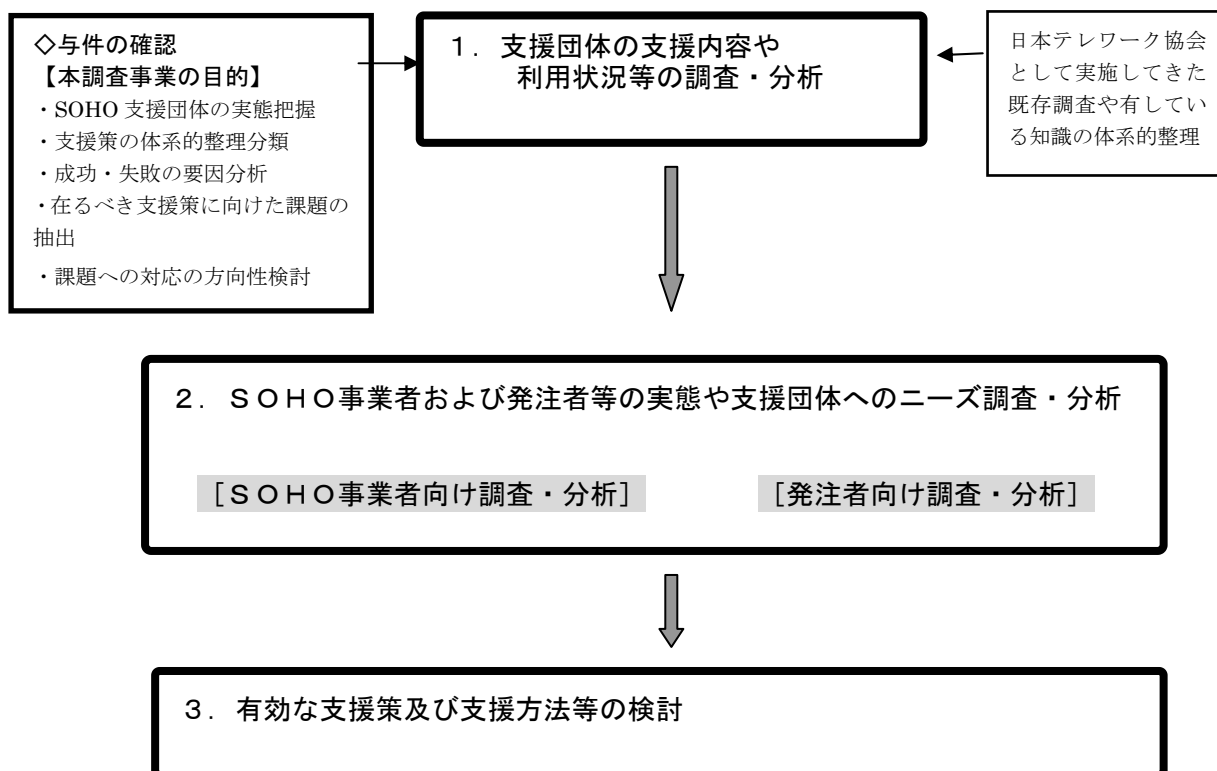
【SOHO事業者】

個人や10人未満の小規模オフィスでITを利用して業務をしている事業者。

1-2 調査研究の構造

本調査の構造（調査研究フロー）は、図表1-2-1のようになっている。項目として「1. SOHO支援団体の支援内容や利用状況等の調査・分析」、「2. SOHO事業者および発注者等の実態や支援団体へのニーズ調査・分析」、「3. 有効な支援策及び支援方法等の検討」がある。

【図表 1-2-1 調査研究フロー】



1-3 調査の方法と内容

1-3-1 SOHO支援団体の支援内容や利用状況等の調査・分析

(1) 事前調査

SOHO支援団体の抽出と質問項目の策定に当たっては、当協会の会員であるSOHO支援団体8団体・企業を対象に、調査内容案とアンケート調査案を用いた事前調査を実施し、調査の内容やアンケート調査案の妥当性について検討を行った。

(2) SOHO支援団体の抽出

アンケート調査を依頼するSOHO支援団体は、当協会が保有する既存資料からの抽出ならびにインターネットからの検索、収集作業により確保した。インターネットからの検索・収集作業は、①「SOHO」をキーワードとした検索、②業種をキーワードとした検索、③全国の特定非営利活動法人（NPO法人）からの収集、④全国の商工会議所・商工会からの収集、を行った。その結果、合計で5,460件の依頼先を確保した。

また、自治体については発注者としてだけでなく、SOHO支援団体にもなり得るため、インターネットを用いて都道府県及び市区町村のメールアドレス・FAX番号計2,205件を入手し、依頼先を確保した。

(3) アンケート調査項目の策定と実施

アンケート調査項目の作成にあたっては、支援団体の基本的な属性を明らかにし、支援活動の実態を把握したうえで支援内容の課題や、SOHO事業者の利用状況などについて把握できる項目とした。

アンケート調査は、SOHO支援団体向けの調査と、SOHO支援団体としての自治体向けの調査とに分けた。それぞれの調査の主な質問項目は以下である。

【SOHO支援団体向けアンケート調査の主な質問項目】

SOHO支援団体の概要

－所在地　－社員数と年間売上高　－設立の時期　－組織形態　－業種や活動分野

SOHO支援団体の支援内容

－提供している支援機能・サービス　－重点的に提供されている支援機能・サービス

－支援機能が団体内で占める割合　－今後力を入れる支援内容

各支援内容の詳細

－利用者の数とタイプ・業種　－提供状況

【(SOHO支援団体としての)自治体向けアンケート調査の主な質問項目】

自治体の概要

－所在地　－回答部署

SOHO支援団体としての支援内容

－提供している支援機能・サービス　－重点的に提供されている支援機能・サービス

－支援機能が団体内で占める割合　－今後力を入れる支援内容

各支援内容の詳細

－利用者の数とタイプ・業種　－提供状況

アンケート調査の実施については、Web調査とし、SOHO支援団体向けの調査と、自治体向けの調査の2種の調査サイトを開設した。またサイトへの誘導を促すための電子メール(アンケート回答依頼メール)を、対象者に送信した。(自治体に関しては一部FAXにてサイトへの誘導を促した。)

回答者は、アンケート調査回答の前段にあたる説明の部分で、自らSOHO支援団体であるか、を判断して調査に回答した。自治体は、SOHO支援団体だけでなく発注者にもなり得るため、後述する発注者としての調査項目も加えた自治体向けのアンケート調査に回答した。

(4) SOHO支援団体に対してのグループインタビュー調査の実施

SOHO支援団体向けのアンケートの内容を深めるために、アンケート調査に回答した団10団体(1団体についてはアンケート調査には回答しなかったが代表的なSOHO支援団体であると認められる団体を選定した)に対してグループインタビューを実施した。そこで行ったインタビューの主な項目は以下のとおりである。

【SOHO支援団体に対してのグループインタビュー調査の主な質問項目】

－SOHO支援団体の現状と活動内容の詳細

- －各支援機能・サービスの成功や失敗の要因、それを踏まえた後進へのアドバイス
- －経営上の課題など現状での問題点や今後の見通し
- －行政への要望

(5) 調査結果の分析と支援策の体系的な分類

上記の調査結果を分析し、そこからSOHO支援団体のおかれている現状を捉え（実態把握）、また支援団体の支援内容等に関して分析し、その体系的な分類を行った。

1-3-2 SOHO事業者及び発注者等の実態や支援団体へのニーズ調査・分析

(1) SOHO事業者向け調査・分析

a. SOHO事業者向けアンケート調査の実施

SOHO事業者を対象に行われた既存のアンケート調査や報告書から、SOHO事業者のおかれている現状やSOHO支援団体との関係を把握し、SOHO事業者向けのアンケート調査項目を策定した。

アンケート調査項目の内容は、以下のものである。

【SOHO事業者向けアンケート調査の主な質問項目】

SOHO事業者の概要

- －所在地
- －社員数と年間売上高
- －設立の時期
- －組織形態
- －業種や活動分野
- －SOHO事業者としての属性（タイプ）

SOHO支援団体の利用状況

- －利用している支援機能・サービス
- －重点的に利用している支援機能・サービス
- －利用しない理由
- －利用している各支援内容についての現状や意識
- －今後利用していきたい支援機能・サービス

アンケート調査の実施については、Web調査とし、回答者はSOHO事業者向け調査サイトで回答した。

b. 調査結果の分析とまとめ

アンケート調査結果を分析し、SOHO事業者がSOHO支援団体に求める支援内容等についてまとめた。

(2) 発注者向け調査・分析

a. (発注者としての) 自治体向けアンケート調査の実施

既存の調査結果や報告書を閲覧して、SOHO支援団体やSOHO事業者に業務を発注している側の現状等を把握し、自治体向けアンケート調査項目を策定した。

前述したように、自治体に対してはSOHO支援団体としての立場で回答できるアンケート調査と同時に（同じアンケート調査のなかで）発注者としての立場から回答できる質問を

用意して調査を実施した。調査で明らかにした主な項目は以下のとおりである。

【(発注者としての) 自治体向けアンケート調査の主な質問項目】

- － SOHO支援団体やSOHO事業者への業務発注の現状と今後
- － 発注先に対する評価の基準
- － SOHO支援団体やSOHO事業者への業務発注と関連して検討される観点
- － SOHO支援団体やSOHO事業者への業務発注で今後見込まれる分野
- － 発注先として信頼できるSOHO支援団体やSOHO事業者の情報（一覧表など）の必要性

自治体向けのアンケート調査の依頼先は、インターネットを用いて都道府県及び市区町村のメールアドレス・FAX番号を計2,205件入手し、依頼先を確保した。

アンケート調査の実施についてはWeb調査とし、回答者は発注者としての調査項目に前述のSOHO支援団体としての調査項目も加えた自治体向けのアンケート調査に回答した。

b. 発注者向けヒアリング調査の実施

SOHO支援団体やSOHO事業者へ発注を行う側である企業（8社）や自治体（4自治体）に対して、ヒアリング調査を実施した。そこで行ったヒアリングの主な項目は以下のとおりである。

【発注側である企業および自治体に対してのヒアリング調査の主な質問項目】

- － SOHO支援団体やSOHO事業者への業務発注の現状
- － SOHO支援団体やSOHO事業者へ発注するメリット
- － 発注先に対する評価の基準
- － 業務発注の今後の可能性
- － SOHO支援団体への要望

c. 調査結果の分析とまとめ

上記の調査結果を分析し、自治体並びに発注企業がSOHO支援団体に求める要望等についてまとめた。

1-3-3 有効な支援策及び支援方法等の検討

以上の調査結果を踏まえ、有効な支援策及び支援方法等の検討を行った。なお、検討結果に関しては、中間段階で、テレワーク推進フォーラム・調査研究部会（部会長：大西隆 東京大学先端科学技術研究センター教授）に報告し、意見交換を行った。

1-4 調査等の実施結果

1-4-1 アンケート調査

インターネット上でのアンケート調査に関しては、以下のような実施結果（回答数と回答率）であった。

(1) 全体の回答数と回答率

依頼数：7,665 件

回答数：928 件

回答率：12.1%

(2) SOHO支援団体及びSOHO事業者向け調査の回答数と回答率

アンケート調査期間：平成18（2006）年2月15日～27日

依頼数：5,460 件

回答数：SOHO支援団体向けアンケート 200 件

SOHO事業者向けアンケート 347 件

合計 547 件

回答率：10.0%

(3) 自治体向け調査の回答数と回答率

アンケート調査期間：平成18（2006）年2月15日～24日

依頼数：2,205 件

回答数：381 件

回答率：17.3%

1-4-2 発注者向けヒアリング調査

企業及び自治体向けのヒアリング調査に関しては、以下のように実施した。

(1) 企業向けのヒアリング調査

以下の図表 1-4-1 に示す 8 社を対象者として選定し、平成 18（2006）年 3 月 6 日～13 日の期間に、各企業を訪問する形で実施した。

(2) 自治体向けのヒアリング調査

埼玉県および東京都三鷹市、神奈川県木更津市、埼玉県志木市の合計 4 自治体に対して、平成 18（2006）年 3 月 9 日～22 日の期間に、各自治体を訪問する形でヒアリング調査を行った。

【図表 1-4-1 発注者向けヒアリング調査の対象先(民間企業)】

	大手・中堅企業	大手企業の子会社あるいは 中小企業
IT・システム系の仕事をSOHO支援団体に発注している企業	—	1社
ホームページ制作はじめクリエイティブ系の仕事をSOHO支援団体に発注している企業	2社	1社
データ入力、マーケティング系の仕事をSOHO支援団体に発注している企業	2社	2社

[注]「大手・中堅企業」は従業員規模 300 人以上を目安としてヒアリング対象先を選定した。「大手企業の子会社あるいは中小企業」は従業員規模が 300 人未満とした。なお、ヒアリング対象先の希望により企業名は匿名とした。

1-4-3 グループインタビュー調査

SOHO支援団体向けのグループインタビュー調査に関しては、以下のように実施した。

期間：平成 18 (2006) 年 3 月 14 日 10:00~12:00 (1 回目) 14:00~16:00 (2 回目)

場所：総務省庁舎 (中央合同 2 号庁舎) 902 会議室

グループインタビュー参加者：

< 1 回目 > 営利団体対象

株式会社リプロ・ネットワークス

全国デジタル・オープンネットワーク事業協同組合

首都圏コンピュータ技術者事業協同組合

NTTコムチェオ株式会社

株式会社アクティブブレインズ

< 2 回目 > 主として非営利団体対象 (NPO 法人、任意団体、商工会等)

NPO 法人 We CAN!

日本セールスレップ協会

NPO 法人さいたま SOHO 起業家協議会

北本市商工会、SOHO 北本

NPO 法人ワーキング・ママのつどい

第2章 SOHO支援をめぐる現況

2-1 SOHO支援団体

2-1-1 SOHO支援団体の特徴

(1) 所在地

今回のアンケート調査における自治体を除くSOHO支援団体の有効回答数は合計で200企業団体であった。まずSOHO支援団体の所在地の特性について見てみた。(都道府県別概況は次ページ図表2-1-1参照。なお同図は、支援団体の地域的特性を比較検証するために、SOHO事業者の所在地、わが国の事業所統計を参照した大手・中堅企業の所在地の割合も記載している。)

回答したSOHO支援団体の所在地は、東京都と埼玉県、神奈川県、千葉県を合わせた4都県で全体の38.5%、また、関西圏では大阪府、兵庫県、京都府を合わせた3府県で19.0%であった。一方、他地域ではいずれも5%未満の回答となっており、首都圏および大阪圏への集中度合いが高いことがわかる。集中度が高い理由についてはどのように考えられるであろうか。SOHO事業者が大阪府に多い割にはSOHO支援団体の数は大阪府よりも東京都が多くなっているなど、SOHO事業者数とSOHO支援団体数は強く連動していない。(黒い棒グラフと白い棒グラフの比較による)。一方、大手・中堅企業数の割合を折れ線グラフで示したが、このパターンとSOHO支援団体の黒い棒グラフで示したパターンは、とくに東京都や大阪府、またその近県におけるパターンと近似する。

SOHO支援団体200件(及びSOHO事業者347件)の回答数では厳密に論じられないものの、SOHO支援団体は大手・中堅企業の集積するところに集まる傾向があるという仮説が成り立つ。これはSOHO支援団体にとっての発注者が集積しているからではないか、という理由も想定できる。

なお、今回のアンケート調査に回答したSOHO事業者の都道府県別の割合を見ると大阪府が27.2%と大変高く、今回のSOHO支援団体調査への関心の高さを示していると思われる。

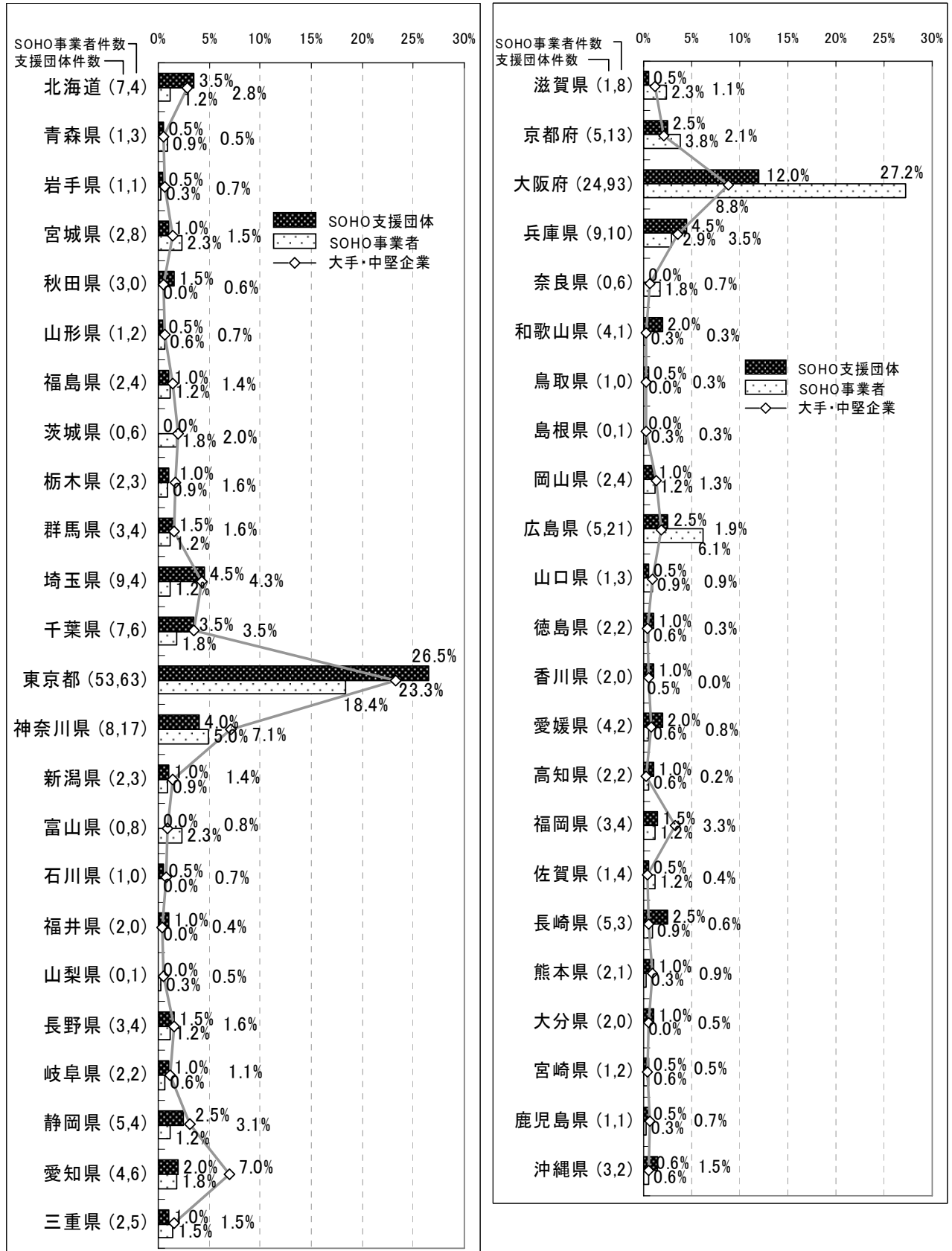
(2) スタッフ数と年間売上高

図表2-1-2によると、スタッフ数は「2~4人」、あるいは「10~49人」が比率的に高く、50人以下で全体の9割(88.5%)を占めている。また本調査ではSOHO事業者を10人未満の小規模オフィスでICTを利用して業務をしている事業者と定義しているが、スタッフ数が10人未満のSOHO支援団体が6割を超え(61.5%)、多くはSOHO事業者でもあるという特徴がみられる。図表2-1-3によると、年間売上高は100万円未満の団体から5億円以上の団体まで、多様な団体が混在している。

スタッフ数と年間売上高との関係(図表2-1-4)によると、スタッフ数と年間売上高はほぼ相関していることがわかる。SOHO支援団体の中で最も多かった「2~4人」のスタッフ数の団体の半数は年間売上高が「1000~5000万円未満」であり、この層がもっとも数の多いSOHO支援団体ということになる。なお、「10~49人」や「50人以上」の規模の団体で年間売上高の小さなSOHO支援団体があるが、これはNPO法人や任意団体の会員数がスタッフ数として回答されているためである。

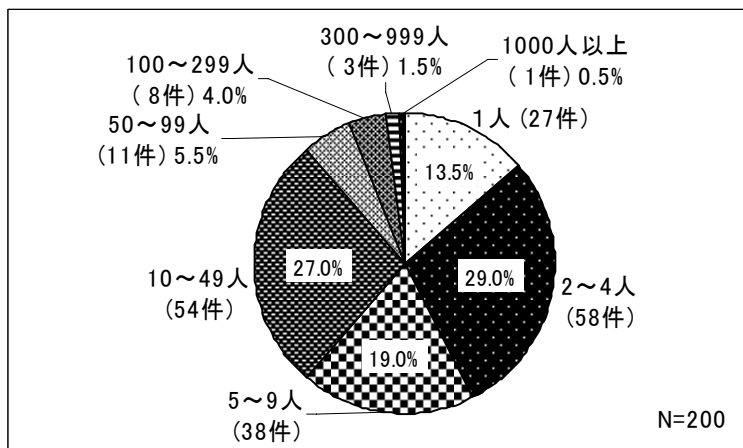
【図表 2-1-1 SOHO支援団体およびSOHO事業者の所在地の都道府県別割合】

(参考: 大手・中堅企業数の都道府県別割合 = 折れ線グラフ)

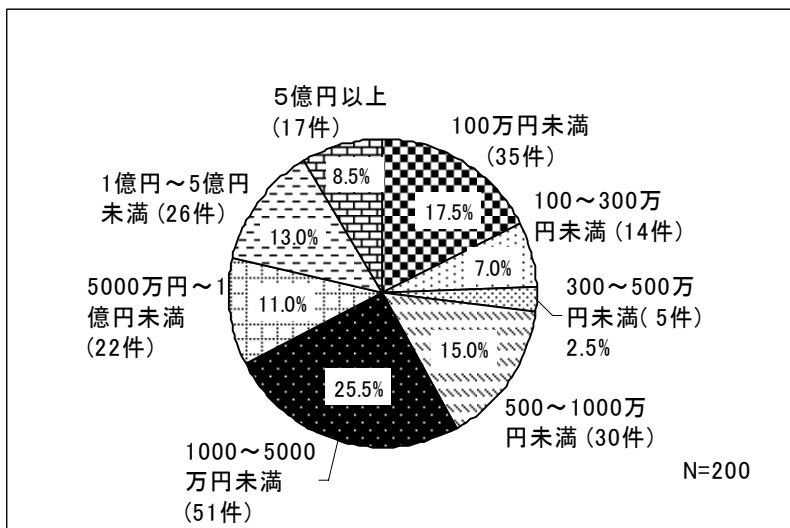


(大手・中堅企業に関するデータは平成16年「事業所・企業統計調査」(総務省)による。折れ線グラフは従業員300人以上の事業所数の都道府県別の比率を表す。)

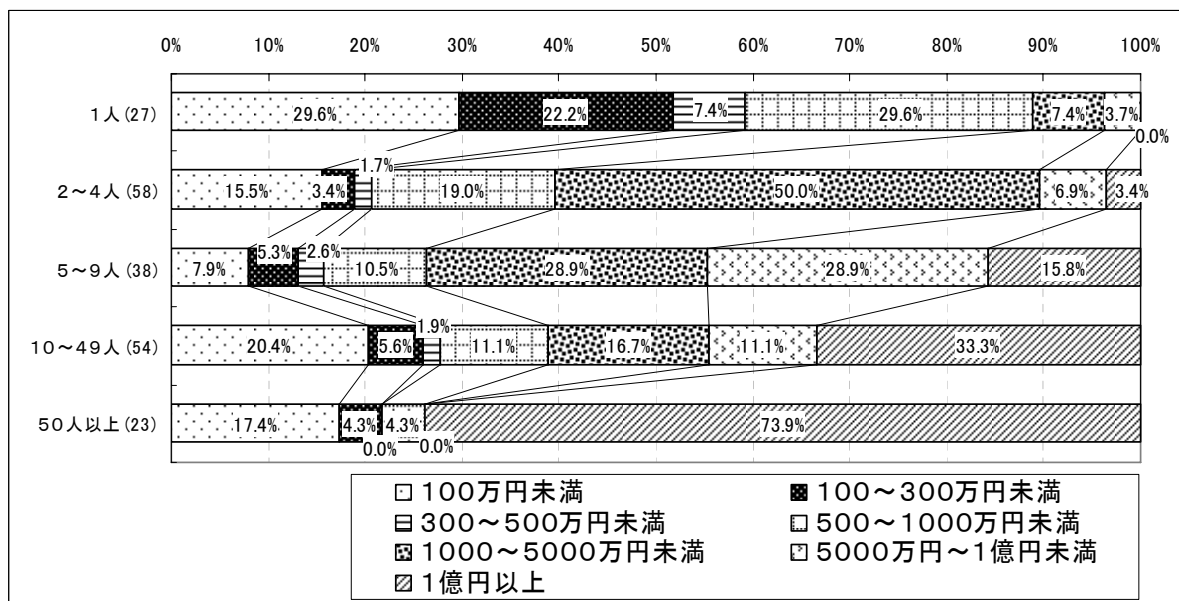
【図表 2-1-2 SOHO支援団体のスタッフ数】



【図表 2-1-3 SOHO支援団体の年間売上高】



【図表 2-1-4 SOHO支援団体の規模(スタッフ数)と年間売上高の関係】

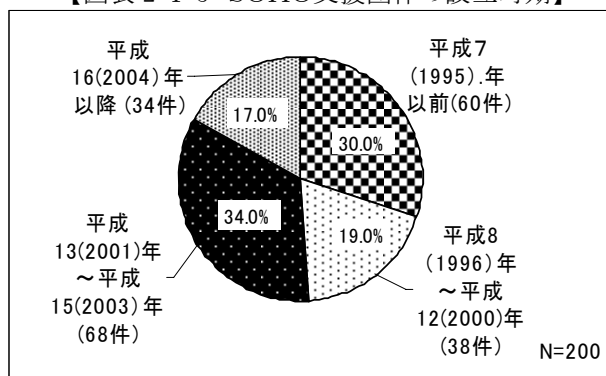


(3) 設立時期

SOHO支援団体の設立時期は、「平成13(2001)年～平成15(2003)年」の回答が最も多く34.0%となっている(図表2-1-5)。この時期は、e-JAPAN戦略をはじめ国も戦略的にICT推進を打ち出し、官民一体となってICTが伸びた時期である。SOHO事業者も追い風を受けて伸長し、かつSOHO支援団体もこの時期から注目を集め出した「普及伸長期」といえる。その前の時期である「平成8(1996)～平成12(2000)年」は、インターネットが急速に広がり始めた初期の5年間でパソコン価格が低下し、SOHO事業者も増加した「初期黎明期」といえ、「普及伸長期」に次いでSOHO支援団体の設立が多かった。

なお、「平成7(1995)年以前」は、インターネット普及前の時期で、通信自由化からは10年、SOHO事業者の基盤が整いつつあった「基盤形成期」といえるが、この時期に設立されたSOHO支援団体の回答は3割であった。この時期の設立は後述するように公的セクターが多い。

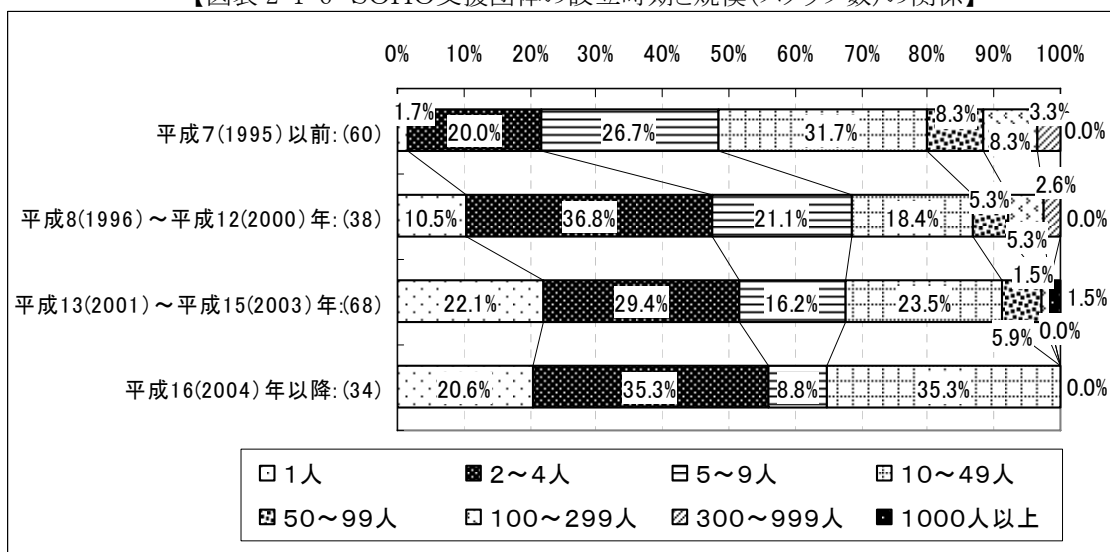
【図表2-1-5 SOHO支援団体の設立時期】



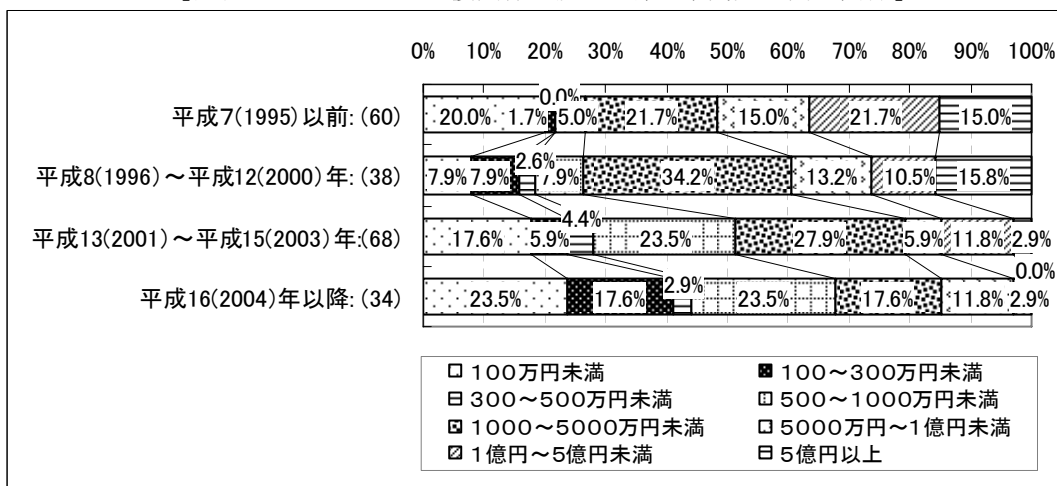
設立の時期による規模の変化をみるために、図表2-1-6, 2-1-7では設立時期とスタッフ数および年間売上高との関係を見た。概ね設立が古い企業団体においてスタッフ数や売上高は多くなり、団体が長く存続するほど規模は大きくなるという相関がみられる。

平成13年以降に1人の支援団体の設立が増加傾向にあるなど、4人以下の極めて小規模の団体の設立が増加している。また「普及伸長期」(平成13～15年)以降設立のSOHO支援団体の約半数が、まだその零細性から抜け出る段階には至らない場合が多いこともわかる。

【図表2-1-6 SOHO支援団体の設立時期と規模(スタッフ数)の関係】



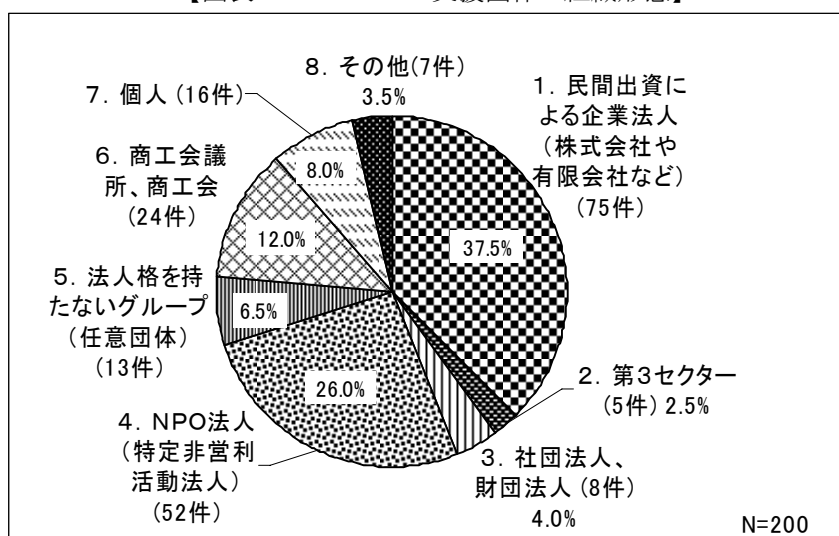
【図表 2-1-7 SOHO支援団体の設立時期と年間売上高の関係】



(4) 組織形態

SOHO支援団体の組織形態は、「民間出資による企業法人（株式会社や有限会社など）」がもっとも多い（37.5%）が、「NPO（特定非営利活動）法人」も26.0%と多いことが特徴的である（図表 2-1-8）。

【図表 2-1-8 SOHO支援団体の組織形態】



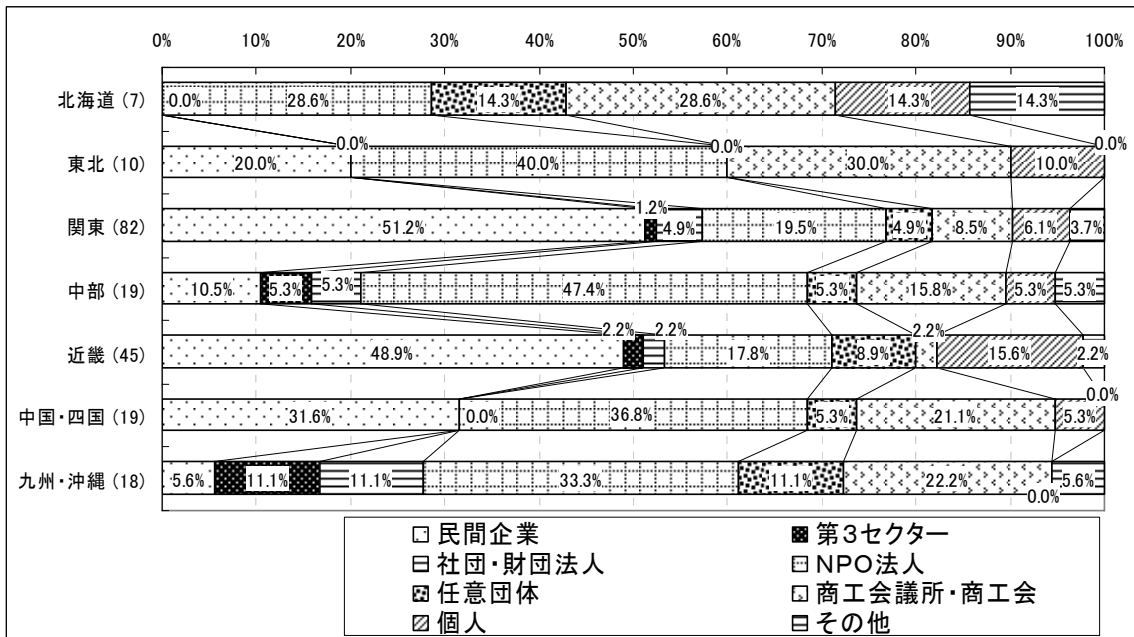
組織形態の違いは、所在地等の属性とクロス集計をとるといくつかの項目で特徴が表れる。

まず所在地との関係を見たところ、関東と近畿地方で明らかに民間企業の割合が高いことがわかった（図表 2-1-9）。これは首都圏および大阪圏に民間企業のSOHO支援団体が多いことによる。大手・中堅企業の立地に合わせてSOHO支援を行う民間企業が、都市部に集まることも想定できる。また後述するように民間企業が仕事関係を直接的に支援する傾向が強いことも理由と考えられる。

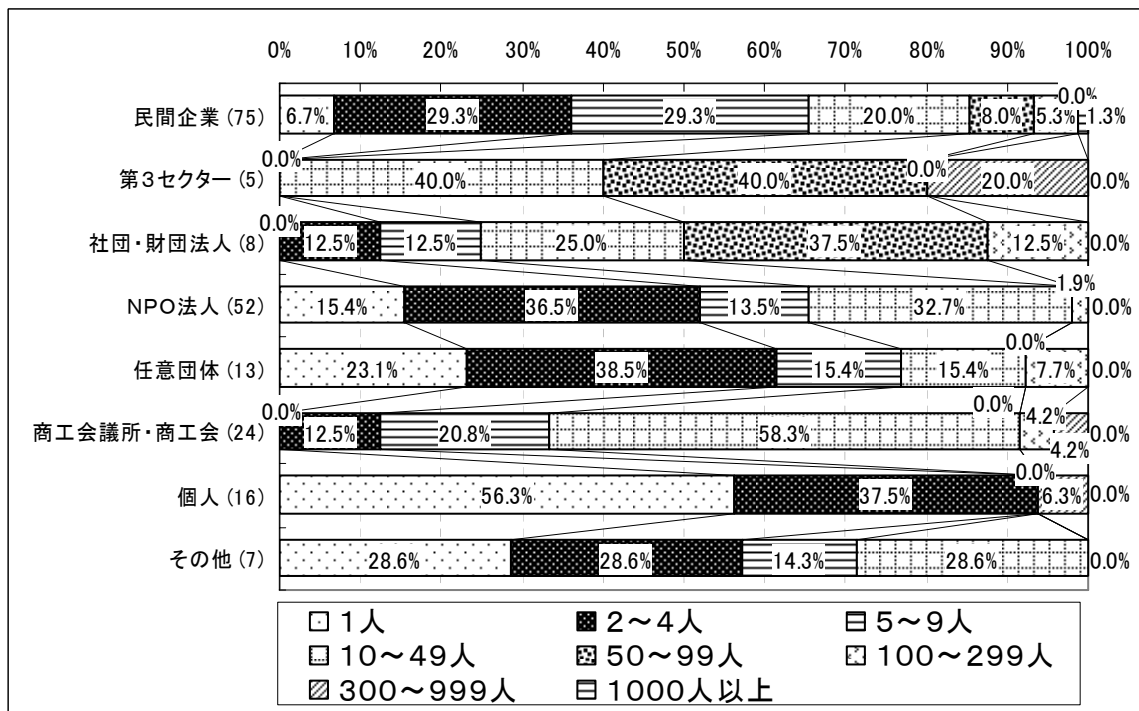
組織形態によるスタッフ数や年間売上高をみると（図表 2-1-10、2-1-11）NPO法人や任意団体における小規模性（零細性）が特徴的である。スタッフ数では「個人」でも家族従事者や臨時雇用者を雇っている場合もあり、結果として2～4人と回答している層が多いことがわかる。さら

に、年間売上高ではNPO法人や任意団体で売上高が小さく、商工会議所・商工会や社団・財団法人でも100万円未満の回答が多いことがわかる。

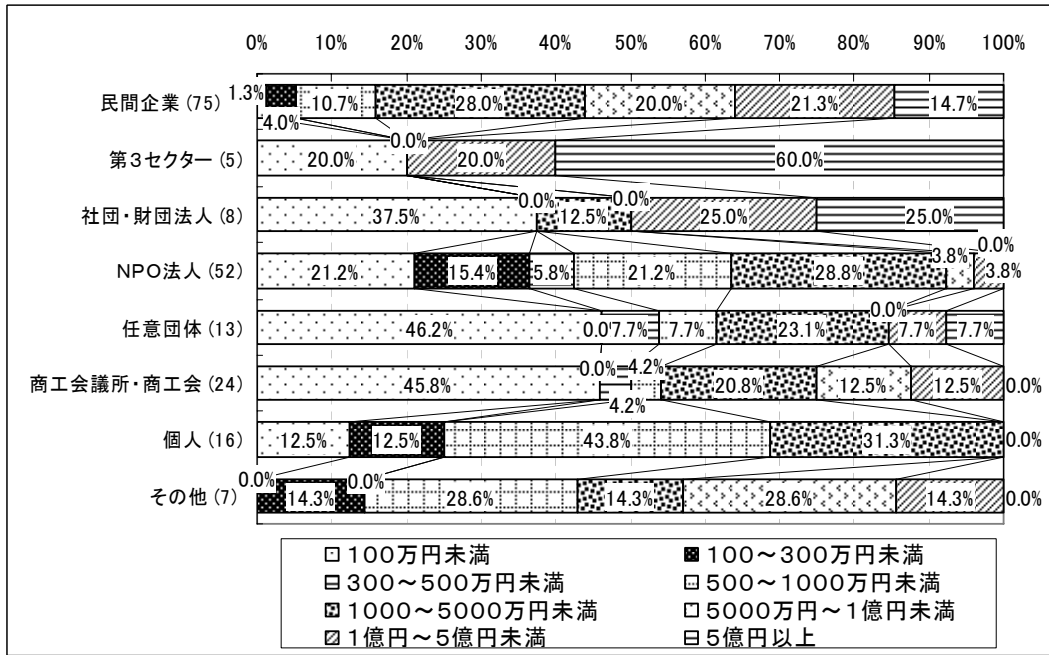
【図表 2-1-9 SOHO支援団体と組織形態の地域特性】



【図表 2-1-10 SOHO支援団体の組織形態と規模(スタッフ数)の関係】



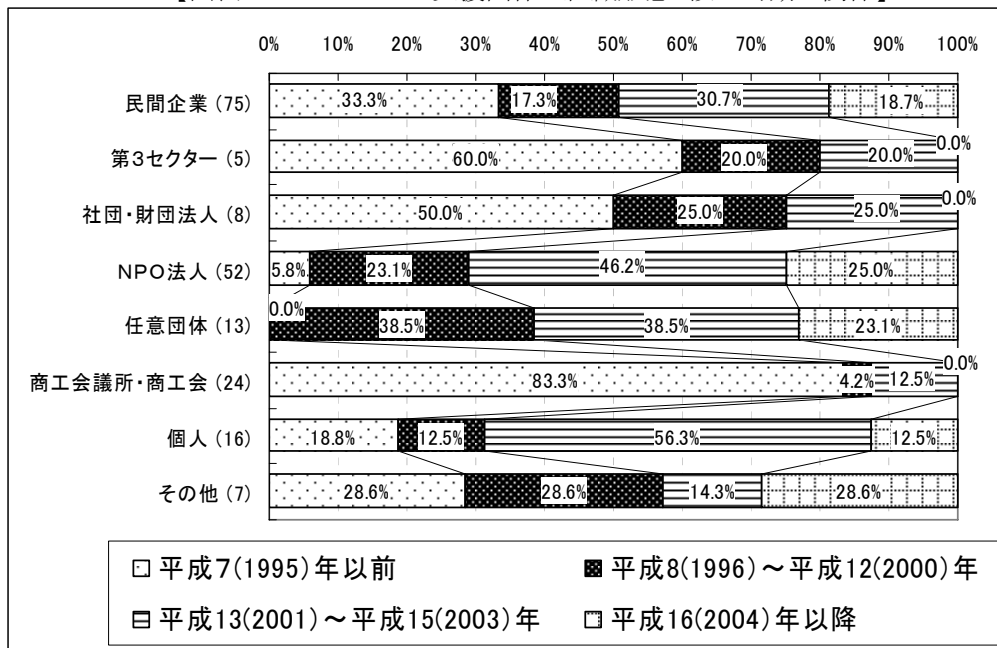
【図表 2-1-11 SOHO支援団体の組織形態と年間売上高の関係】



組織形態別に設立時期の違いをみると（図表 2-1-12）、第3セクター、社団・財団法人および商工会議所・商工会において「平成7（1995）年以前」の回答が多い。特に商工会議所・商工会においては、その割合が8割を超える。これらの団体は公的セクターと呼べるものであり、他のSOHO支援団体とは設立時期が大きく異なる。

特にNPO法人と任意団体においては、平成13（2001）年以降の設立が圧倒的に多く、直近の設立も約4分の1の割合になる。これはNPO法人の認可が始まった年が平成14（2000）年という理由もあるが、NPO法人や任意団体が、SOHO支援という分野における新規参入層であることを表す。とくにSOHO支援団体にとっての「普及伸長期」である平成13（2001）～平成15（2003）年に設立されたNPO法人や任意団体が個人とともに多いことは注目される。なお民間企業については、設立時期にばらつきがみられる。

【図表 2-1-12 SOHO支援団体の組織形態と設立時期の関係】

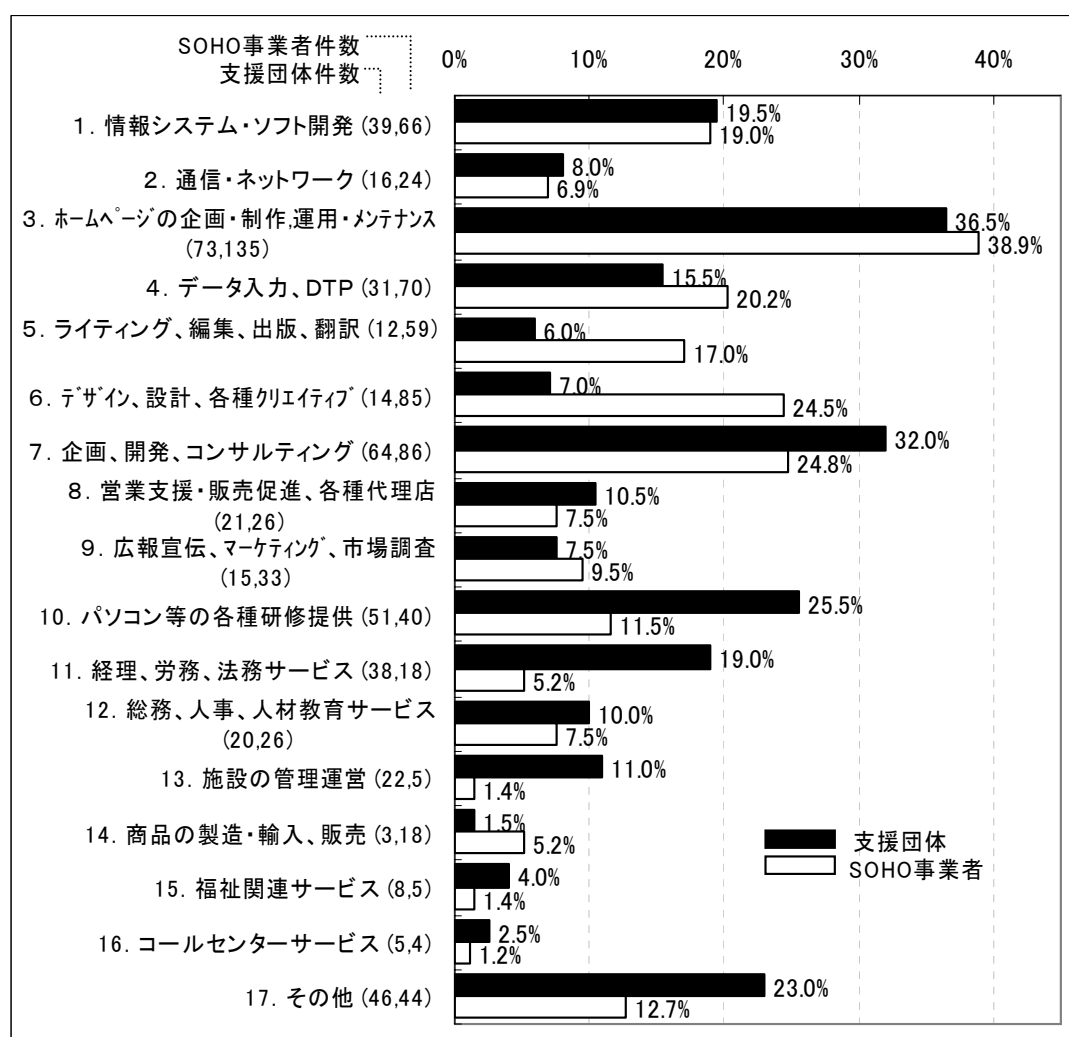


(5) 業種や活動分野

SOHO支援団体の主な活動分野(業種)をみると、「3. ホームページの企画・制作、運用・メンテナンス」(36.5%)や「7. 企画、開発、コンサルティング」(32.0%)、「10. パソコン等の各種研修提供」(25.5%)の割合が高い(図表 2-1-13)。また、SOHO支援団体の業種と同時に、SOHO事業者の業種割合も示したが、SOHO事業者の業種とSOHO支援団体の業種が対応しているものがある。これは、同様の業種内でSOHO支援団体とSOHO事業者は関係を有しており、たとえば、ホームページの企画・制作を行っているSOHO支援団体であれば、そうした業種のSOHO事業者を支援していることによる。この場合の支援とはSOHO事業者にSOHO支援団体から仕事を発注したり、紹介・斡旋するといった支援の場合が想定される。

「7. 企画、開発、コンサルティング」、「10. パソコン等の各種研修提供」、「11. 経理、労務、法務サービス」、「13. 施設の管理運営」などいくつかの業種ではSOHO支援団体の割合がSOHO事業者と比べて高くなっている。こうした業種がSOHO支援団体特有の業種であり、SOHO事業者の仕事環境を整える背景的な支援を行っていると考えられる。

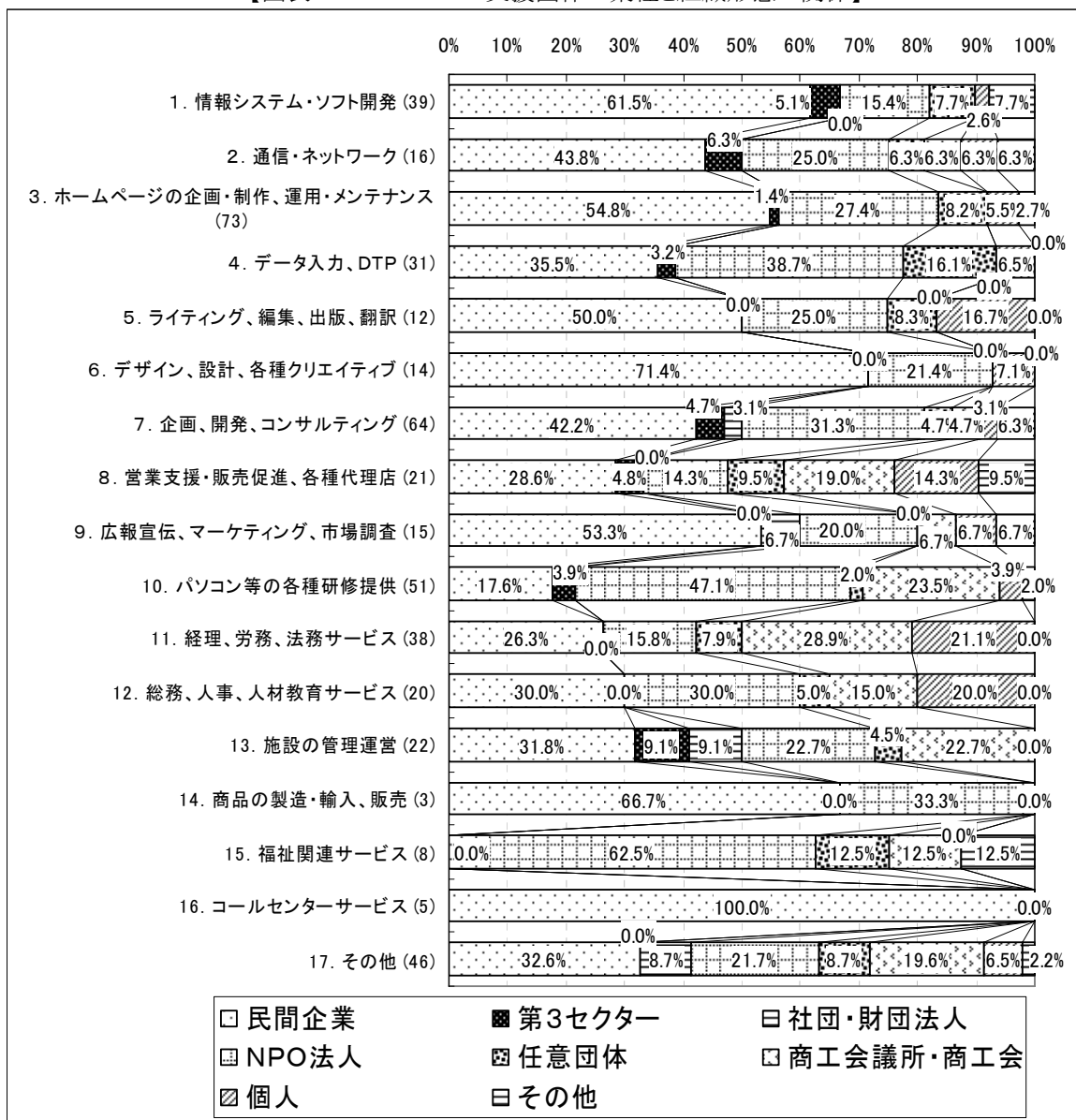
【図表 2-1-13 SOHO事業者とSOHO支援団体の主な活動分野(業種)の比較】



組織形態と業種との関係（図表 2-1-14）によると、民間企業の占める割合が高い。半数を超える業種としては「6. デザイン、設計、各種クリエイティブ」、「1. 情報システム・ソフト開発」、「3. ホームページの企画・制作、運用・メンテナンス」、「9. 広報宣伝、マーケティング、市場調査」、「5. ライティング、編集、出版、翻訳」があげられる（回答件数が10件未満のものは除く）。こうした業種では、SOHO事業者への仕事発注など仕事関係の直接的な支援が行われていることが多い。

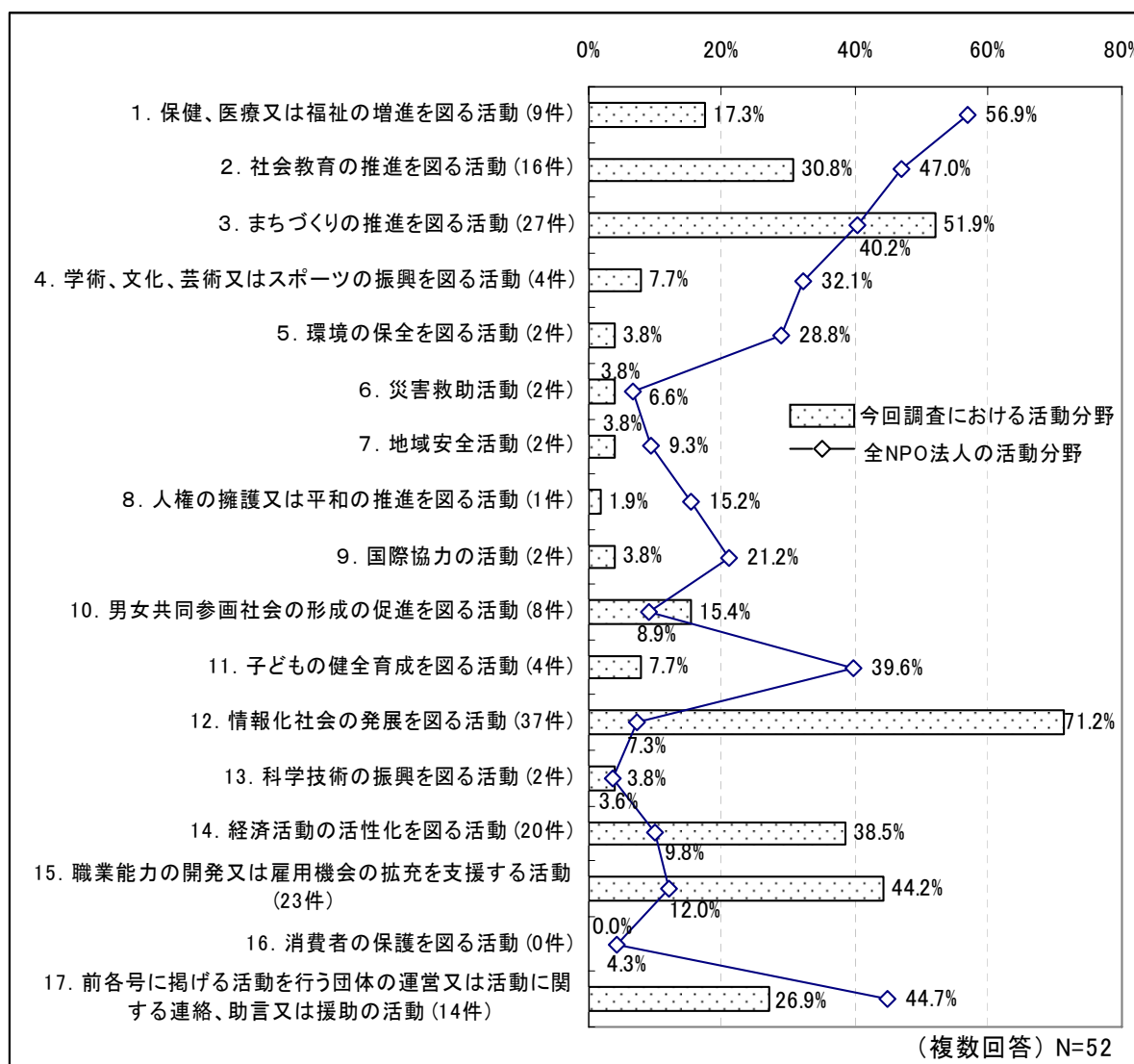
一方、「10. パソコン等の各種研修提供」と回答している団体にはNPO法人が多いなど、前述したSOHO支援団体特有の業種において、組織形態に特徴がみられる。「11. 経理、労務、法務サービス」は民間企業も多いが、商工会議所・商工会と個人の中でみると比較的多く、「13. 施設の管理運営」では民間企業を除くと第3セクターと社団・財団法人および商工会議所・商工会が多い。また「7. 企画、開発、コンサルティング」では民間企業を除くと第3セクターと社団・財団法人の割合が相対的に高くなっている。支援団体特有の業種においては、それを主として担っている組織形態が、それぞれ異なることがわかる。

【図表 2-1-14 SOHO支援団体の業種と組織形態の関係】



図表 2-1-15 では、今回調査した SOHO 支援活動を行う NPO 法人の主な活動分野の結果を重ねて全国のすべての NPO 法人の活動分野の割合を折れ線グラフで表示したものである。SOHO 支援団体として回答した NPO 法人のパターンと全国すべての NPO 法人の活動分野はほとんど重ならない。そのため SOHO 支援活動を行う NPO 法人は明らかに特定の活動分野に特化していることがわかる。「12. 情報化社会の発展を図る活動」、「14. 経済活動の活性化を図る活動」、「職業能力の開発又は雇用機会の拡充を支援する活動」は、SOHO 支援に関連した活動分野であることが容易に察せられるが、「3. まちづくりの推進を図る活動」が 2 番目に多かったことは興味深い。

【図表 2-1-15 NPO 法人の主な活動分野】



(折れ線で示した全国のNPO法人の活動分野の割合は、平成 15 年 12 月末時点で認証を受けた 24,763 法人の定款から集計したもの)

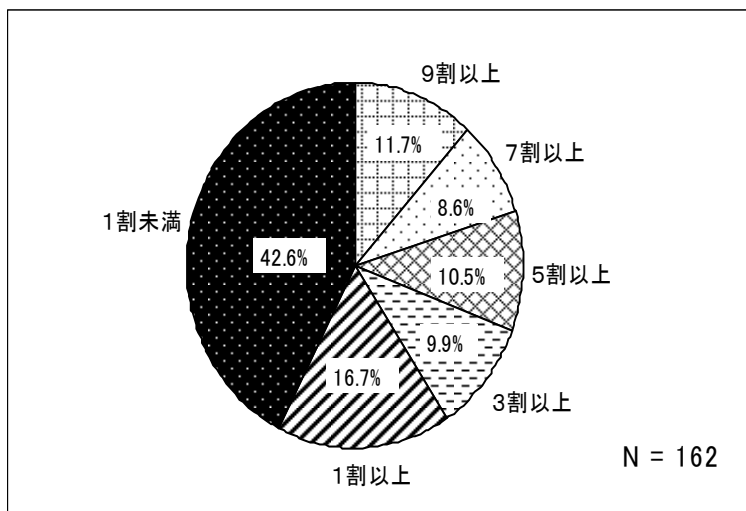
(6) 支援業務が売上に占める割合

図表 2-1-16 は、SOHO 支援団体において SOHO 支援業務の、全売上高に占める割合を聞いたものである。約 4 割の SOHO 支援団体が 1 割未満であると回答している。SOHO 支援業務

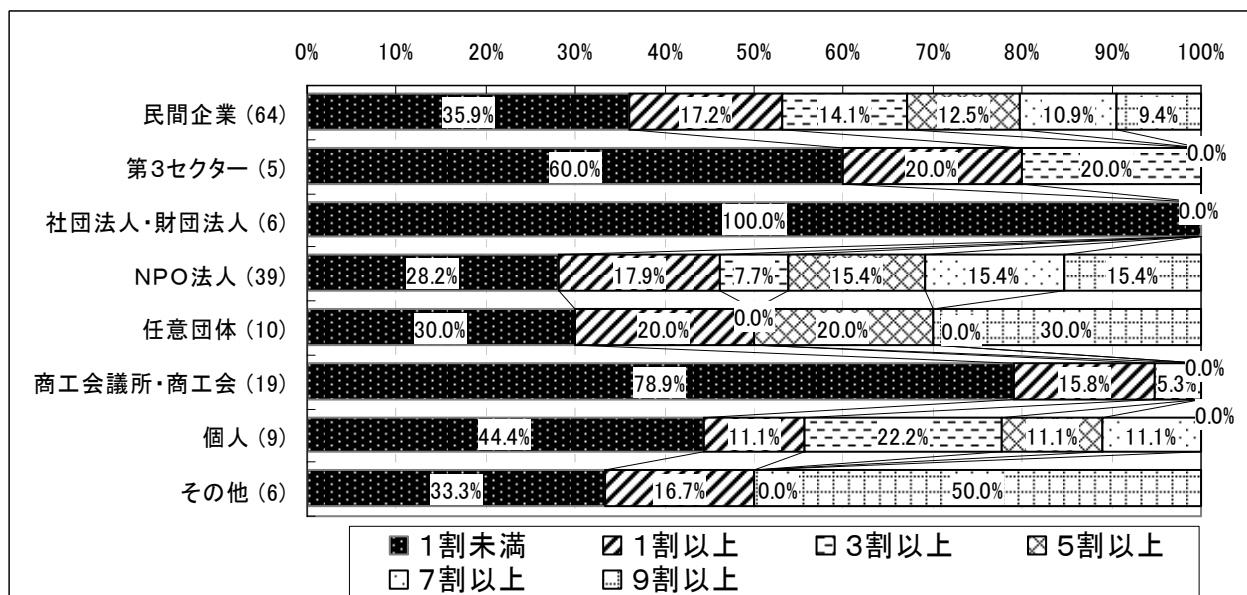
が売上の面では重要業務ではなく、重きを置かれていない可能性が高いことがわかった。

これを組織形態との関わりでみると（図表 2-1-17）、社団・財団法人や商工会議所・商工会、第3セクターといった公的セクターで、1割未満との回答が多いことがわかる。逆にNPO法人や任意団体、民間企業では1割未満という回答は少なく、SOHO支援業務の占める割合が大きくなっている。SOHO支援業務が7割以上と回答している割合はNPO法人、任意団体で約3割、民間企業で約2割である。公的セクターと民間の団体とのSOHO支援業務に対する意識の差が現れているものと推察される。

【図表 2-1-16 SOHO支援団体において支援業務が全売上に占める割合】



【図表 2-1-17 SOHO支援団体の組織形態と支援業務が全売上に占める割合】

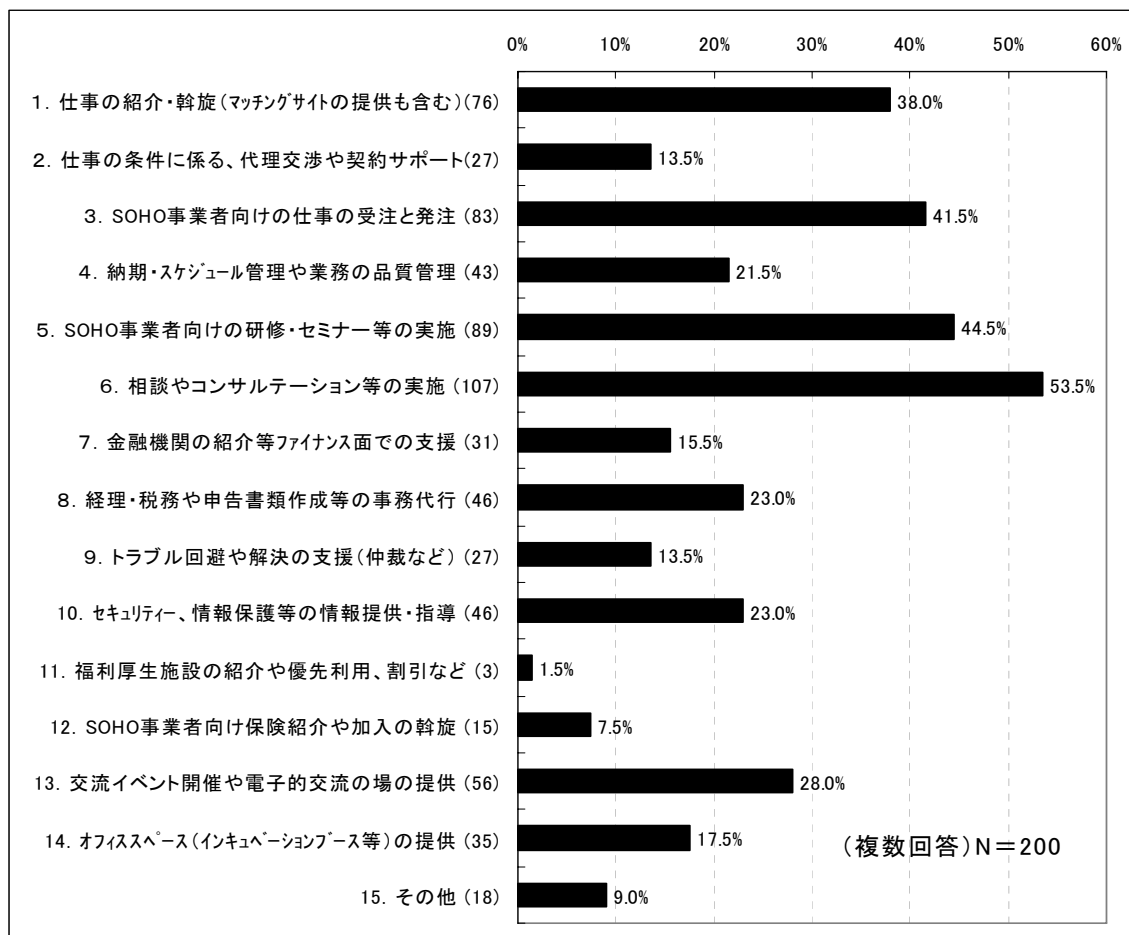


2-1-2 SOHO支援団体が提供している支援機能・サービス

(1) 支援機能・サービスの種類と重点的に提供している機能

自治体を除くSOHO支援団体が提供している支援機能・サービスを14項目とその他に分けて、その実施の有無を聞いた結果が図表2-1-18である。

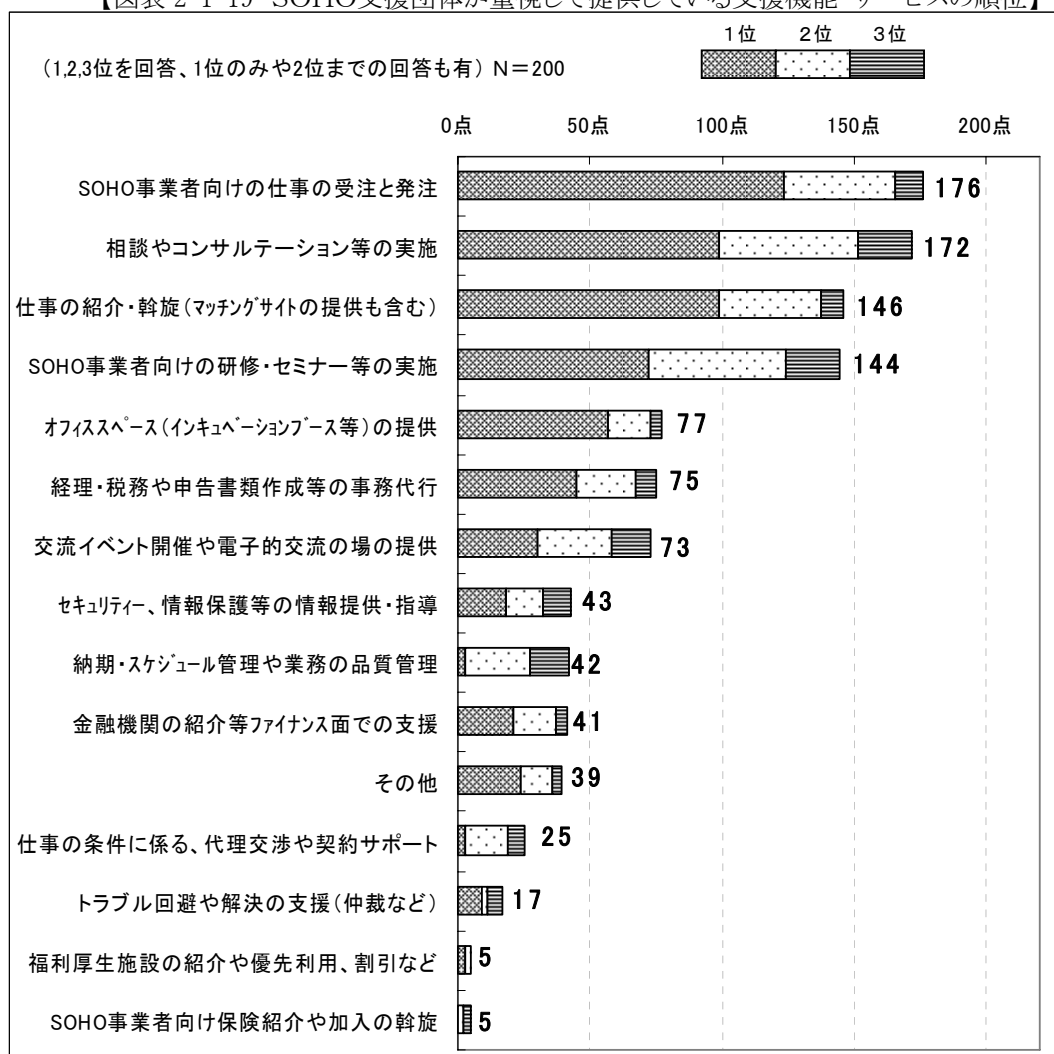
【図表2-1-18 SOHO支援団体が提供している支援機能・サービスの現状】



また、図表2-1-19は、SOHO支援団体に現在実施している支援機能・サービスで重視しているものを順に1位・2位・3位と答えてもらい、その結果を、1位にチェックがついた項目は3点、2位は2点、3位は1点として集計をしたものである。

提供している支援機能・サービス、重視する支援機能・サービスともに、「相談やコンサルテーション等の実施」、「研修・セミナーの実施」のほか、「SOHO事業者向けの仕事の受注と発注」、「仕事の紹介・斡旋(マッチングサイトの提供も含む)」が上位を占めることがわかった。

【図表 2-1-19 SOHO支援団体が重視して提供している支援機能・サービスの順位】



1位にチェックがついた項目は3点、2位は2点、3位は1点として集計

(2) 組織形態との関わり

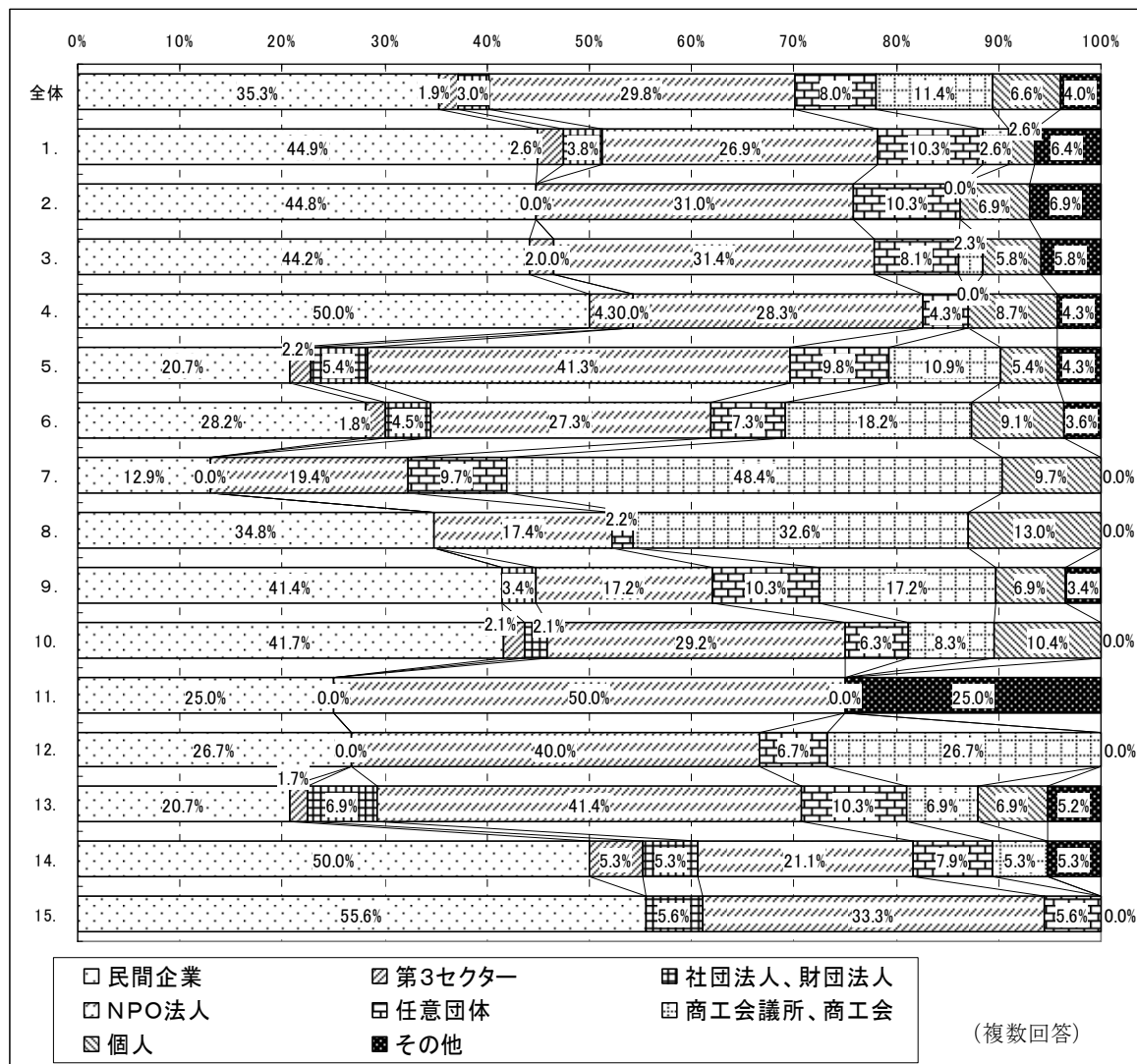
SOHO支援団体によって提供されている支援機能・サービスが、支援団体の組織形態とどう関連するかを示したのが図表 2-1-20 である。1～4の仕事の紹介・斡旋など仕事に即した支援は、民間企業が実施している割合が高い。とくに「4. 納期・スケジュール管理や業務の品質管理」は半数が民間企業による実施である。

次に割合の高い組織形態はNPO法人であるが、「5. SOHO事業者向けの研修やセミナー等の実施」、「11. 福利厚生施設等の紹介や優先利用割引など」、「13. 交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」について、NPO法人が提供している割合が高くなっている。

一方、1～4の支援は、商工会議所・商工会の割合が低くなっている点にも特徴がある。

【図表 2-1-20 提供支援機能・サービスと組織形態の関係】

- | | |
|-------------------------------|--------------------------------|
| 1. 仕事の紹介・斡旋(マッチングサイトの提供も含む) | 2. 仕事の条件についての代理交渉や契約サポート |
| 3. SOHO事業者向けの仕事の受注と仕事の発注 | 4. 納期・スケジュール管理や業務の品質管理 |
| 5. SOHO事業者向けの研修やセミナー等の実施 | 6. 相談やコンサルテーション等の実施 |
| 7. 金融機関の紹介等ファイナンス面での支援 | 8. 経理・税務や申告書類の作成等の事務代行 |
| 9. SOHO事業者のトラブル回避や解決の支援(仲裁など) | 10. 情報セキュリティ、プライバシー保護等の情報提供や指導 |
| 11. 福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引など | 12. SOHO事業者向けの保険紹介や加入の斡旋 |
| 13. 交流イベントの開催や電子的交流の場の提供 | 14. オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供 |
| 15. その他 | |



図表 2-1-21 は、各機能（1～14）間での関係を相関係数で求めたものである。最も高い値となっているのは「3. 仕事の発注」と「4. 納期・スケジュール管理や業務の品質管理」であり（相関係数 0.50）、また「1. 仕事の紹介・斡旋」と「2. 代理交渉や契約サポート」も高い相関を示す（相関係数 0.44）。1～4を見ると、その間では相関が高いことが多く、この1～4の支援内容は、近い性格を持つ支援内容であることがわかる。ひとまとまりになって提供される確率が高い支援機能であるともいえる。

また支援機能別の相関性が高い項目は他に、「7. ファイナンス面での支援」と「8. 経理・税務や事務代行」（相関係数 0.49）や、「2. 代理交渉や契約サポート」と「9. トラブル回避や解決の支援」（相関係数 0.36）、同様に2と「10. 情報セキュリティ、プライバシー保護等の情報

提供や指導」（相関係数 0.40）などがある。2と9や10が相関が高いことから、1～4と9、10が関連して提供されていることがわかる。図表 2-1-20 のグラフのパターンをみても、とくに10は、商工会議所・商工会の部分を除けば1～4のパターンに近いといえる。

【図表 2-1-21 各提供支援機能間の相関係数】

	no1	no2	no3	no4	no5	no6	no7	no8	no9	no10	no11	no12	no13	no14
no1	1.00													
no2	0.44	1.00												
no3	0.26	0.26	1.00											
no4	0.22	0.33	0.50	1.00										
no5	0.19	0.24	0.14	0.17	1.00									
no6	-0.08	0.16	-0.17	-0.07	0.23	1.00								
no7	-0.05	0.03	-0.11	-0.06	0.09	0.34	1.00							
no8	-0.09	0.10	-0.17	-0.05	-0.01	0.27	0.49	1.00						
no9	0.23	0.36	0.05	0.19	0.12	0.25	0.24	0.24	1.00					
no10	0.15	0.40	0.06	0.14	0.22	0.21	0.06	0.09	0.26	1.00				
no11	-0.01	0.07	-0.02	0.04	-0.03	0.03	0.06	0.03	0.07	0.03	1.00			
no12	0.07	0.05	0.05	0.07	0.07	0.16	0.18	0.15	0.21	0.05	0.27	1.00		
no13	0.20	0.08	0.08	0.08	0.27	0.07	0.01	-0.08	0.05	0.10	0.11	0.06	1.00	
no14	-0.03	-0.10	0.02	0.05	0.02	0.02	0.10	-0.03	-0.06	-0.13	-0.06	0.06	0.07	1.00

[注]表中のno1～14は図表 2-1-18 に示した1～14に対応する。相関係数とは2変数間の関係性の強さを示す指標で、-1～1の間の値をとり、±1に近づくほど関係が強い、0に近づくほど関係が弱いことを示す。表ではある程度関係が強いといえる0.25以上の値に薄い網掛けを、また強い関係があるといえる0.40以上に濃い網掛けを付した。

さらに、「6. 相談やコンサルテーション等の実施」や「7. 金融機関の紹介等ファイナンス面での支援」、「8. 経理・税務や申告書類の作成等の事務代行」、なかでも特に7と8においては、商工会議所・商工会が提供する割合が他の項目と比べて非常に高くなっている点が大きな特徴である。図表 2-1-21 の相関係数でもこの2つの関係性は最高値の0.5ポイントに近い数値である。相談・コンサルテーション機能は、相対的にみれば商工会議所・商工会が実施する支援機能の中心にあると考えられる。

この3つの支援機能は、いずれも個人が担う割合が高くなっている点にも特徴がある。「個人」に相対的に多く見受けられたということはコンサルタント（中小企業診断士、経営士等）や司法書士公認会計士や税理士などの「士業」層が多いと回答者属性から想定できる。

「5. SOHO事業者向けの研修やセミナー等の実施」と「13. 交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」の支援機能に着目すると、NPO法人がそのサービスを担う割合が非常に高くなっている点に特徴がある。また民間企業の割合は低く、反対に社団・財団法人がこの2つの支援サービスを提供する割合が高くなっている。図表 2-1-21 の相関係数でもこの2つの関係性は強いことが明らかである。

図表 2-1-21 からは、他にも「11. 旅館やレストランなど福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引など」と「12. SOHO事業者向けの保険紹介や加入の斡旋」で相関が高いことがわかる。主としてNPO法人によって担われているが、前述した研修・セミナーや交流の場の提供を担っているNPO法人以外の組織によって担われていることが相関係数表からわかる。この11と12の支援機能は明らかに関連しており、一つのまとまりとして提供されている可能性が高いといえる。

2-2 SOHO事業者

2-2-1 SOHO支援団体を利用しているSOHO事業者の特徴

今回のSOHO支援団体調査では、SOHO事業者からの回答も得ることができた。支援団体が提供する支援機能・サービスに対する意見等をSOHO事業者に聞いた。以下は、今回回答をいただいたSOHO事業者に関する基本属性の特徴、並びに提供される支援機能の評価をまとめたものである。

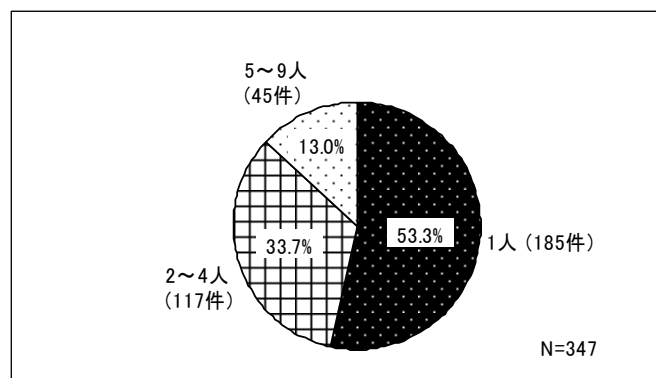
(1) 所在地

回答したSOHO事業者の所在地は、図表 2-1-1 (9 ページ参照) にみられるように、大阪府が 27.2%と最も高く、今回のSOHO支援団体調査への関心の高さを示している。東京都と埼玉県、神奈川県、千葉県を合わせた 4 都県の割合は全体の 26.4%、また、大阪府と京都府、兵庫県、滋賀県を合わせた 4 府県の割合は全体の 36.2%であり、今回の調査におけるSOHO事業者は大阪圏と首都圏に 2 極分化している。

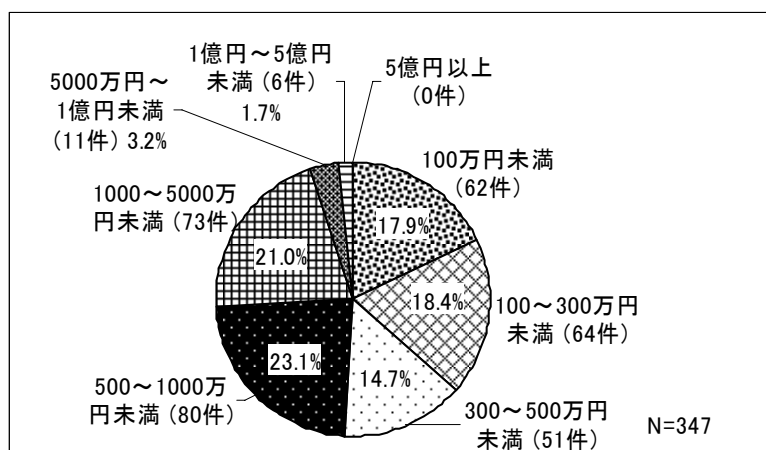
(2) 社員数と年間売上高

回答したSOHO事業者の社員数(社員数や職員数)は、図表 2-2-1 のように「1 人」がもっとも割合が高く 53.3%である。年間売上高は、図表 2-2-2 のように「500~1000 万円未満」がもっとも多く 23.1%となる。また「100 万円未満」が 17.9%存在する一方で 5000 万円以上の売上をあげている事業者も 4.9%存在する。

【図表 2-2-1 SOHO事業者の社員数】



【図表 2-2-2 SOHO事業者の年間売上高】



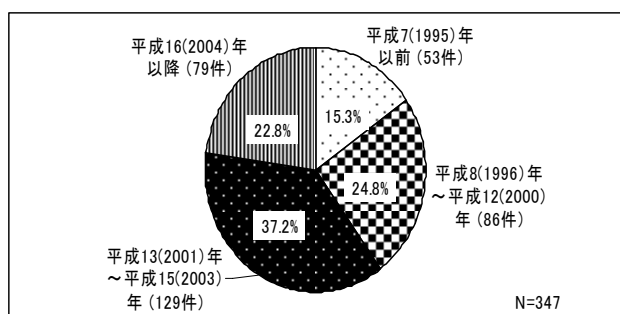
(3) 設立の時期と組織形態

設立時期は、図表 2-2-3 にみるように「平成 13 (2001) 年～平成 15 (2003) 年」の回答がもっとも多く 37.2%であった。この時期は SOHO 支援団体が注目を集めだした「普及伸長期」であり、SOHO 支援団体の設立が多い時期でもある(図表 2-1-5)。またこの時期は e-JAPAN 構想はじめ国が戦略的に ICT 推進を打ち出して官民一体となって ICT が伸びた時期でもあり、その影響で SOHO 事業者も SOHO 支援団体と同様に増加したと考えられる。

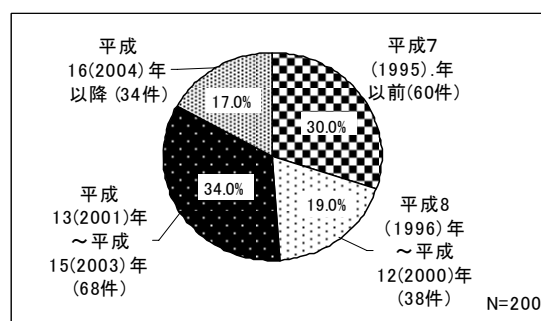
なお、SOHO 支援団体の設立時期(図表 2-1-5)と比較すると、平成 7 (1995) 年以前の設立の割合が約半数(SOHO 支援団体 30.0%、SOHO 事業者 15.3%)になっているが、SOHO 事業者の方が継続していくことが難しいこと、SOHO 支援団体の場合には古くから存在する商工会議所・商工会のような公的セクターが存在することが理由と考えられる。

SOHO 事業者の組織形態(図表 2-2-4)は、「個人」がもっとも多い(58.8%)が、次いで「企業法人(株式会社や有限会社など)」が 33.1%と多くなっている。また、SOHO 事業者の組織形態と設立時期の関係(図表 2-2-5)でみると、古くから SOHO 事業者である場合の方が企業法人化している割合が高いことがわかる。平成 7 (1995) 年以前設立の SOHO 事業者は、約半数が企業法人化しているが、もっとも設立者が多かった平成 13 (2001)～15 (2003) 年設立層では、その割合は 23.4%である。

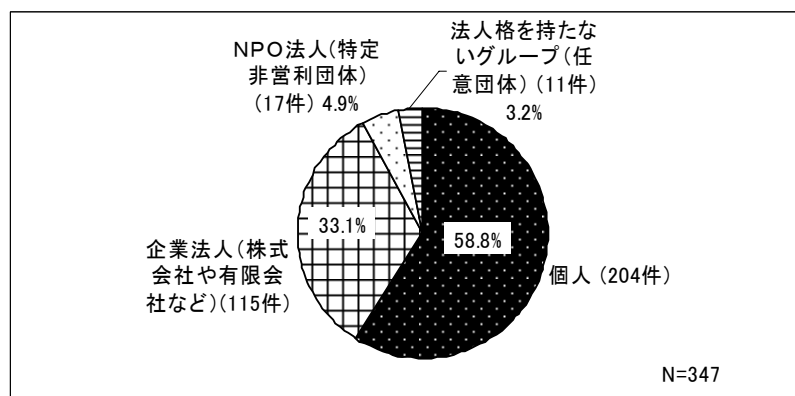
【図表 2-2-3 SOHO 事業者の設立時期】



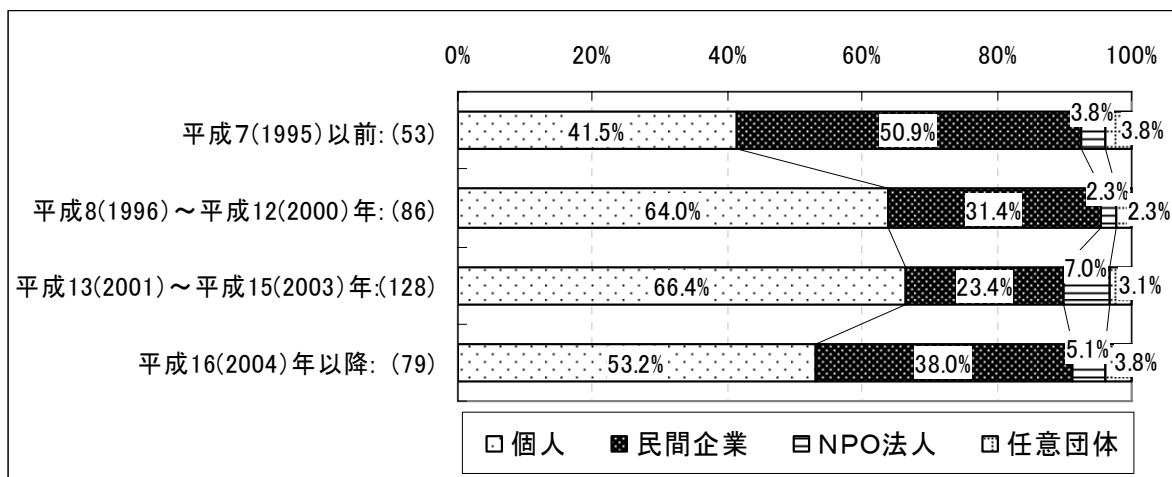
(再掲)【図表 2-1-5 SOHO 支援団体の設立時期】



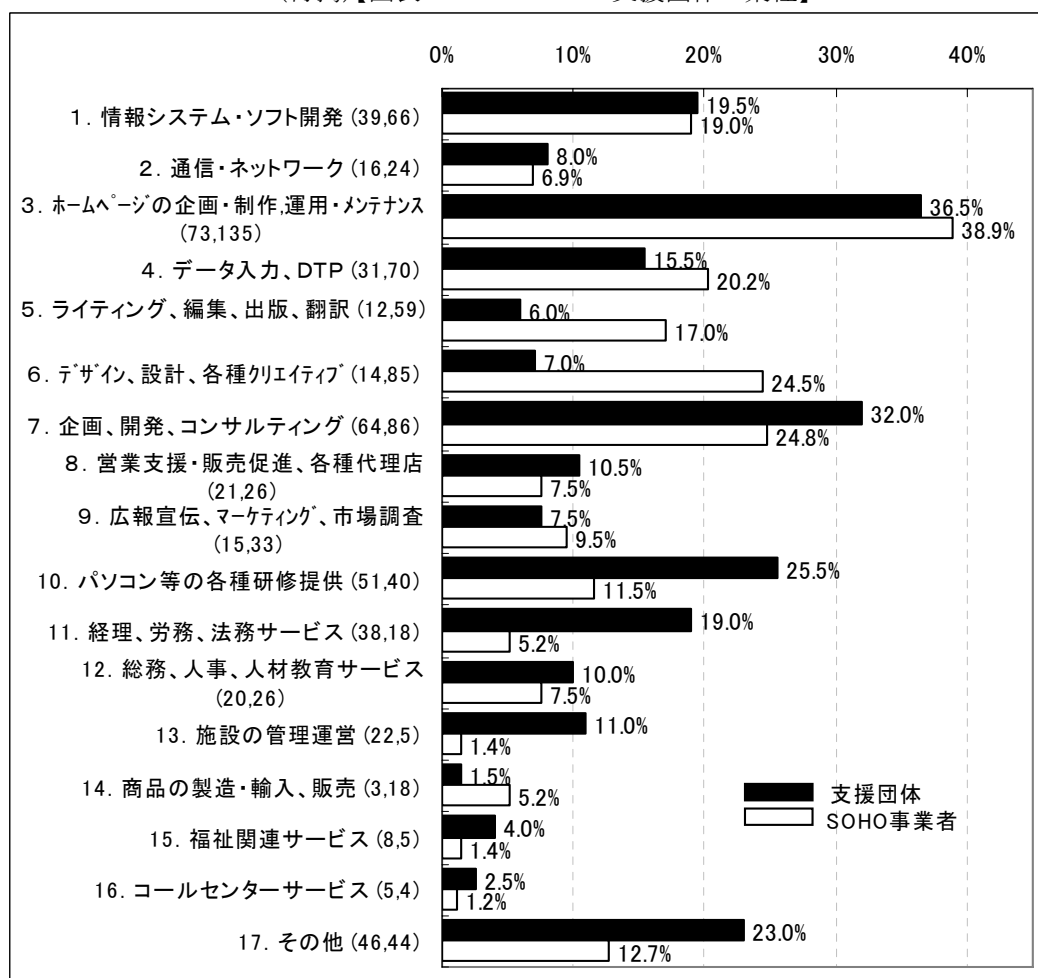
【図表 2-2-4 SOHO 事業者の組織形態】



【図表 2-2-5 SOHO事業者の設立時期と組織形態の関係】



(再掲)【図表 2-1-13 SOHO支援団体の業種】



(4) 業種 (活動分野)

SOHO事業者の主な活動分野(業種)は、すでにSOHO支援団体の数値とともに、図表2-1-13に掲載したが、「3. ホームページの企画・制作、運用・メンテナンス」(38.9%)がもっとも高く、次いで「7. 企画、開発、コンサルティング」(24.8%)、「6. デザイン、設計、各種クリ

エイティブ」(24.5%)の割合が高い。

SOHO事業者の数が多いのにも、SOHO支援団体の数が少ない業種として、「6. デザイン、設計、各種クリエイティブやライティング」、「5. 編集、出版、翻訳」、「4. データ入力、DTP」が挙げられるが、これらの業種には図表 2-2-6 にみられるような特徴がある。

年間売上高との関係(図表 2-2-6)でみると、「6. デザイン、設計、各種クリエイティブ」の売上高への貢献度は高く、逆に低めなのが「4. データ入力、DTP」や「5. ライティング、編集、出版、翻訳」である。また「4. データ入力、DTP」や「5. ライティング、編集、出版、翻訳」の業種のSOHO事業者の約3割は年間売上が100万円未満であるが、「6. デザイン、設計、各種クリエイティブ」ではその割合は7.1%にしかすぎない。

【図表 2-2-6 SOHO事業者の業種と年間売上高の関係】



「6. デザイン、設計、各種クリエイティブ」においては、SOHO支援団体に頼らない層が多く、SOHO支援団体の存在が必要とされない業種である。その意味でSOHO支援団体の数がSOHO事業者に比べて少なくなっている。

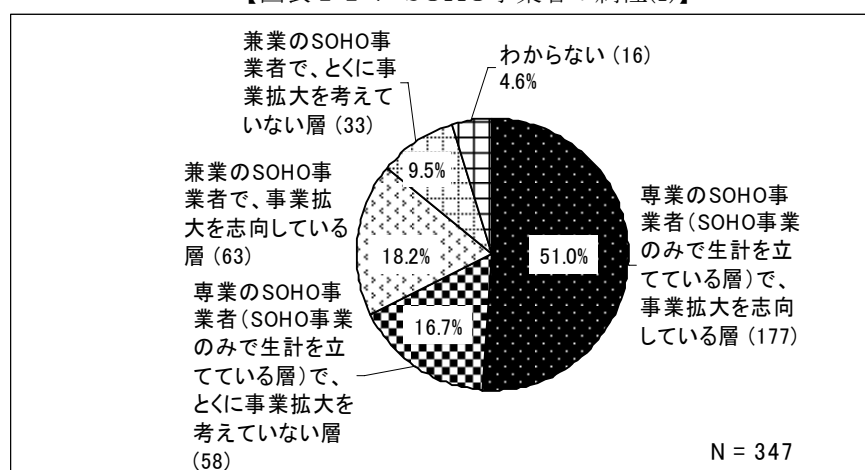
(5) SOHO事業者としての属性

図表 2-2-7 を見ると、SOHO事業者は専業7割、兼業3割となっている。また、事業拡大を志向しない層が3割近く存在し、SOHO事業者の特徴ともいえる。

SOHO事業者の属性として、どのようなカテゴリーに属するかについての回答は、図表 2-2-8 のように「1. 専門性の高いスキルを有したSOHO事業者層」がもっとも多く70.9%であった。

これを業種との関わり（図表 2-2-9）でみると、「11. 経理、労務、法務サービス」、「12. 総務、人事、人材教育サービス」と「1. 情報システム・ソフト開発」、「2. 通信・ネットワーク」の業種においては、専門性の高いスキルを有していると回答している層が多いことがわかるが、前の2つの業種は拡大志向を持たない「身の丈SOHO」（自らの身の丈にあった規模を求める層）が多い業種であり、後の2つの業種は拡大志向をもった「ベンチャー予備群SOHO」とも呼べる層が多い業種である。両者は、SOHO事業者としてのマインドに隔たりがあるが、ともに専門性の高いスキルが武器である、という点では共通している。

【図表 2-2-7 SOHO事業者の属性(1)】

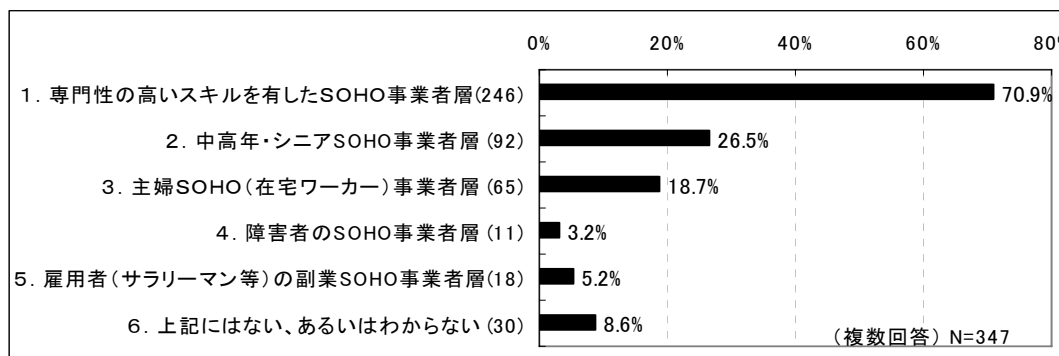


一方、専門性が高いスキルを有していると答えた層が他の業種と比べて少ない業種が「4. データ入力、DTP」「10. パソコン等の各種研修提供」「14. 商品の製造・輸入、販売」「15. 福祉関連サービス」である。「4. データ入力、DTP」では主婦SOHO（在宅ワーカー）事業者層の比率が高い。比較的簡単なデータ入力作業等を細切れの時間を活用してこなすなどの仕事は、いわゆる「主婦SOHO」と呼ばれる層の典型的な仕事内容である。「10. パソコン等の各種研修提供」では、主婦SOHOと障害者のSOHO事業者層が多く、研修の講師など専門性の高いSOHO事業者とともに、こうした層によっても担われていることがわかる。

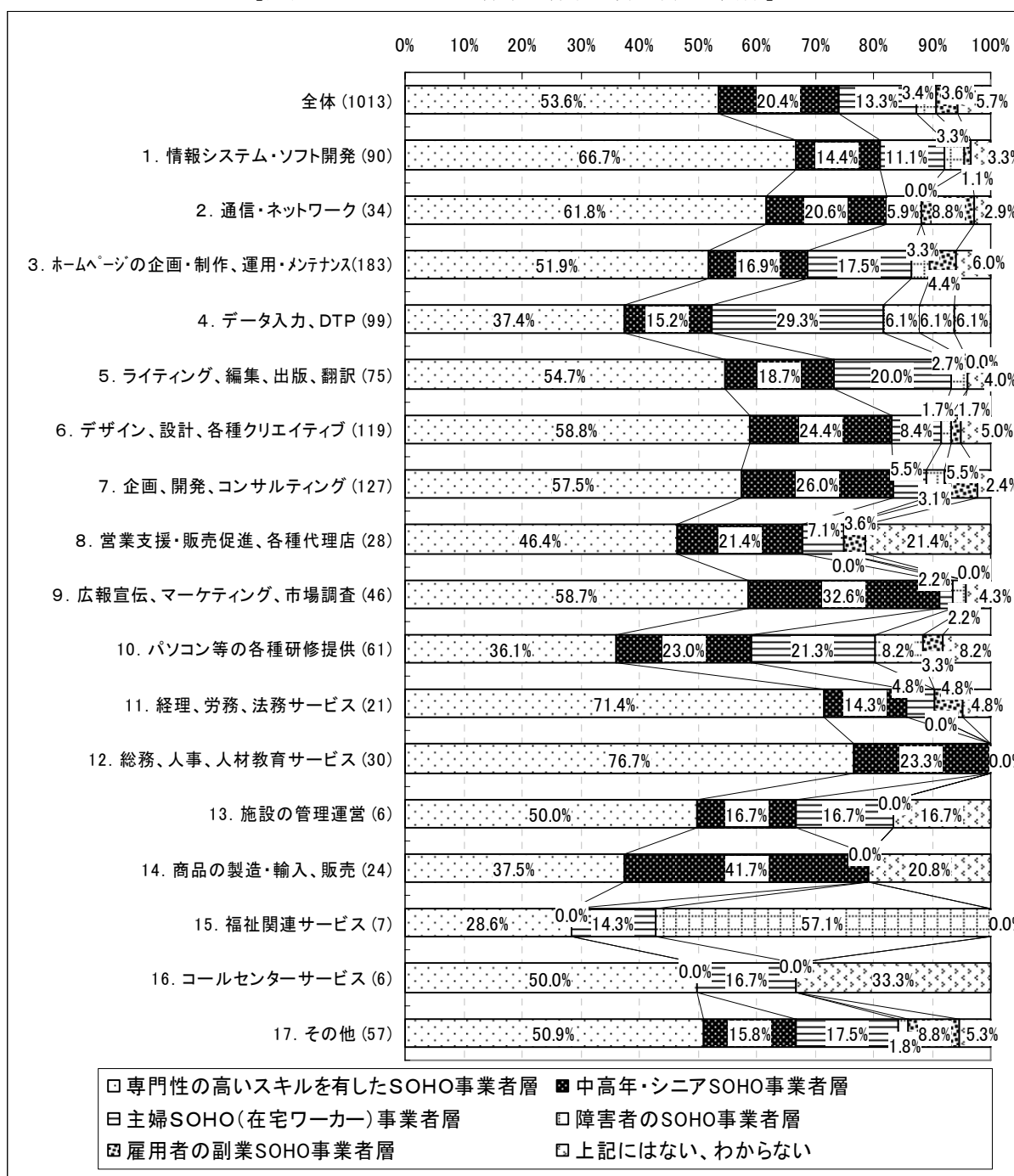
また「14. 商品の製造・輸入、販売」では中高年・シニアSOHO事業者層の比率が高くなっている。最近では「セールスレップ」（個人代理商）と呼ばれるSOHO事業者も増加してきており、企業を退職後、人脈等を活かして販売活動を行う中高年・シニアSOHO事業者層が担う場合が多くそうした世相を反映していることが窺えた。また「15. 福祉関連サービス」では障害者のSOHO事業者層の比率が高くなっている。

他に「9. 広報宣伝、マーケティング、市場調査」の業種で、中高年・シニアSOHO事業者層の占める割合が高くなっており、退職者層などによって担われていることがわかる。

【図表 2-2-8 SOHO事業者の属性(2)】



【図表 2-2-9 SOHO事業者の業種と属性(2)との関係】



2-2-2 SOHO事業者におけるSOHO支援団体の利用状況

(1) 仕事獲得におけるSOHO支援団体の位置づけ

SOHO事業者の主な仕事の受注方法は、図表 2-2-10 のように「6. インターネット上でビジネスマッチングした発注者から」(47.8%) が最も多く、今後もインターネット上での仕事獲得は、拡大を続けると想定できる。

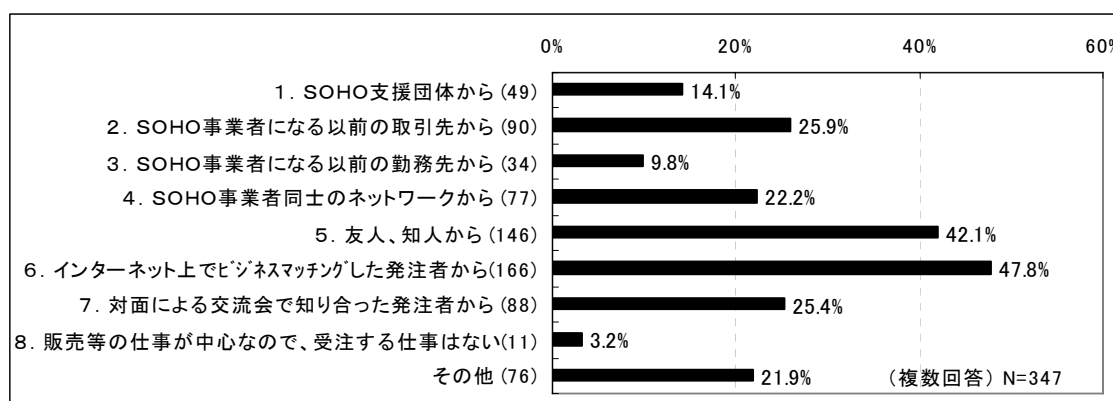
また、これを業種との関係(図表 2-2-11) でみると、SOHO支援団体から仕事を入手している割合が高い業種は「4. データ入力、DTP」、「10. パソコン等の各種研修提供」、「15. 福祉関連サービス」であり、この分野でのSOHO支援団体の果たしている役割は大きいといえる。

「6. デザイン、設計、各種クリエイティブ」や「8. 営業支援・販売促進、各種代理店」「9. 広報宣伝、マーケティング、市場調査」では、SOHO事業者になる以前の取引先から仕事を得ているとの回答が高くなっている。「6. デザイン、設計、各種クリエイティブ」では、SOHO事業者同士のネットワークからという回答が低く、一匹狼的なSOHO事業者が多いことがわかる。

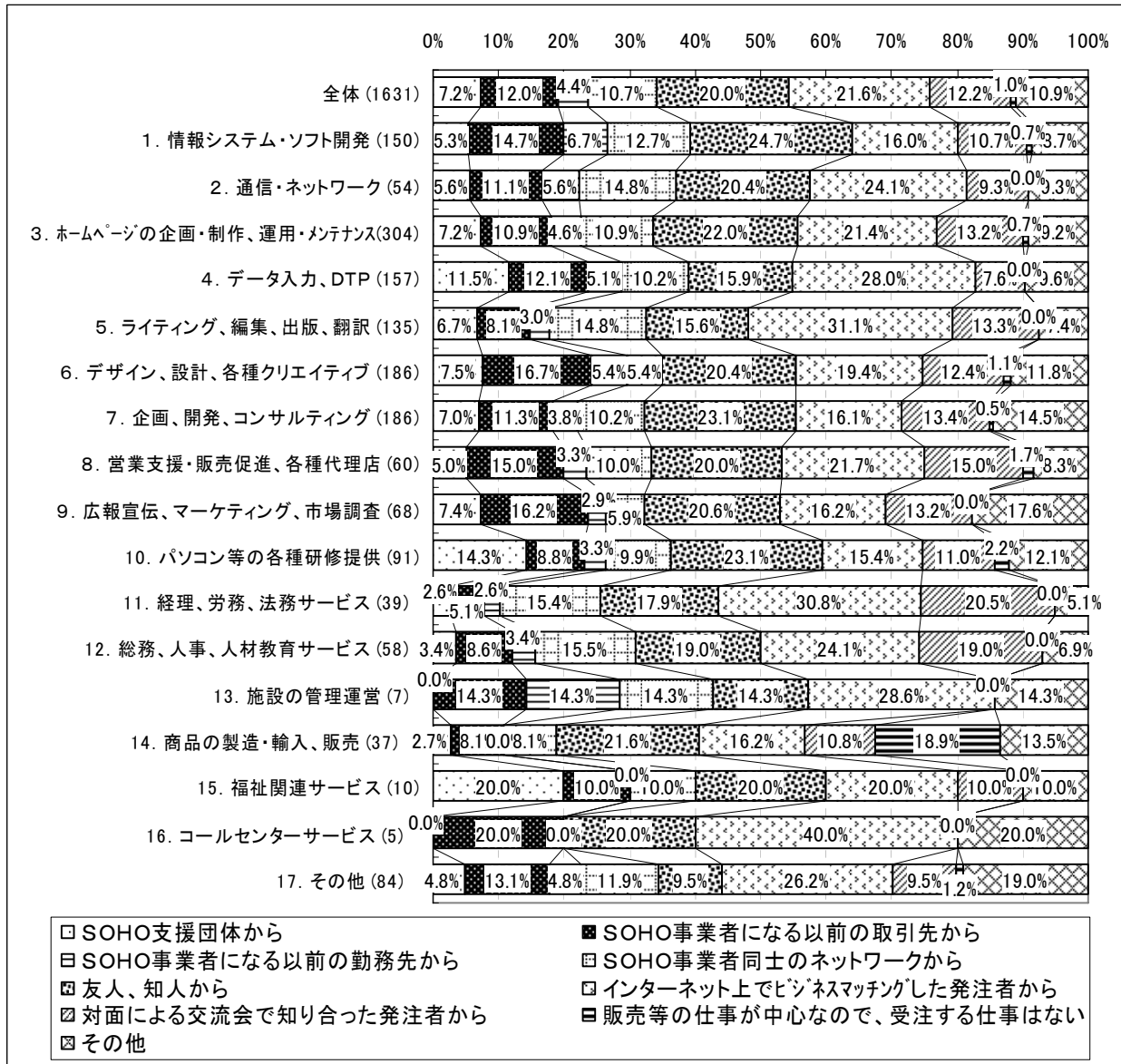
次に「4. データ入力、DTP」「5. ライティング、編集、出版、翻訳」「11. 経理、労務、法務サービス」では、インターネット上でビジネスマッチングした発注者から仕事を得ている割合が高くなっている。SOHO支援団体の数に比してSOHO事業者の数が多く、比較的スキルの低い仕事の場合が多い業種である「4. データ入力、DTP」「5. ライティング、編集、出版、翻訳」では、インターネット上でのビジネスマッチングが仕事獲得の主流となってきたことの現われと理解できる。

インターネットがなくては仕事になりにくいと思われる「1. 情報システム・ソフト開発」や「3. ホームページの企画・制作、運用・メンテナンス」といった業種が、インターネット経由よりも友人、知人から仕事を得るケースの方が多くことも特徴的である。

【図表 2-2-10 SOHO事業者の主な仕事の受注先】



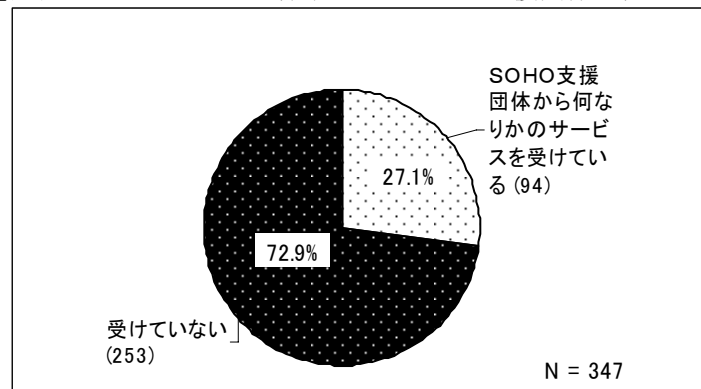
【図表 2-2-11 SOHO事業者の業種と主な仕事の受注方法の関係】



(2) SOHO事業者の支援団体利用状況

SOHO事業者のSOHO支援団体の利用割合は、図表 2-2-12 にみるように「SOHO支援団体からサービスを受けていない」が7割（72.9%）を占めた。

【図表 2-2-12 SOHO事業者によるSOHO支援団体の利用実態】

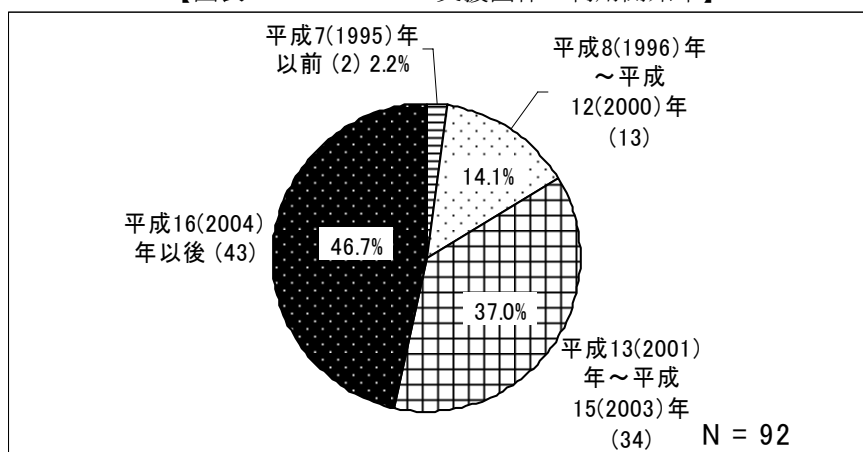


SOHO事業者のSOHO支援団体利用開始年は、図表 2-2-13 にあるように、この5年以内(平成13年以降)の利用開始が全体の8割以上を占めた。

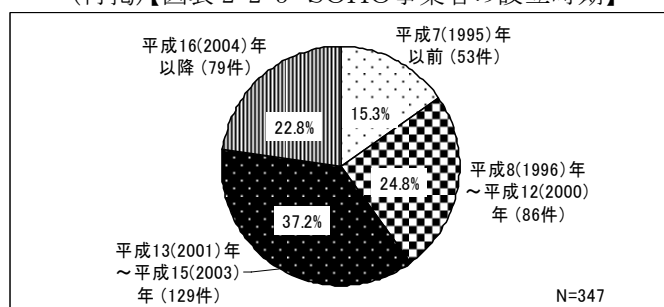
これを図表 2-2-3 で示したSOHO事業者の設立年と比べると、平成16(2004)年以後の比率は倍近くになっている。SOHO事業者の少なくとも半分近くは設立と同時にSOHO支援団体を利用しないことがわかる。設立後1~3年の時間を経てから使うようになるパターンが多く、SOHO支援団体の存在が認知されにくいことも設立と同時に利用されない理由の1つと考えられる。

また図表 2-1-5 のSOHO支援団体の設立年と比べると、SOHO支援団体の設立された割合が最も高い平成13(2001)~15(2003)年以降の利用開始が大半(8割強)であることがわかる。SOHO支援団体の設立が増加して以降、そうしたSOHO支援団体を利用するSOHO事業者が増加したという傾向がわかる。

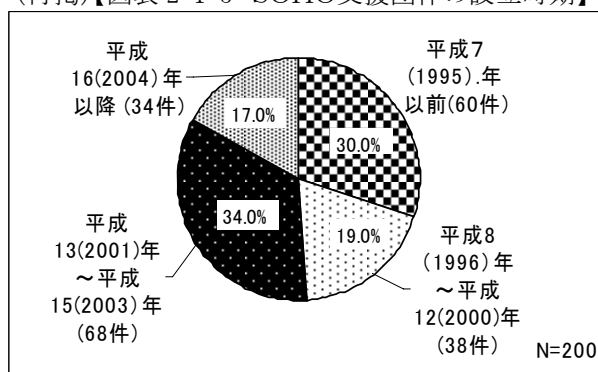
【図表 2-2-13 SOHO支援団体の利用開始年】



(再掲)【図表 2-2-3 SOHO事業者の設立時期】

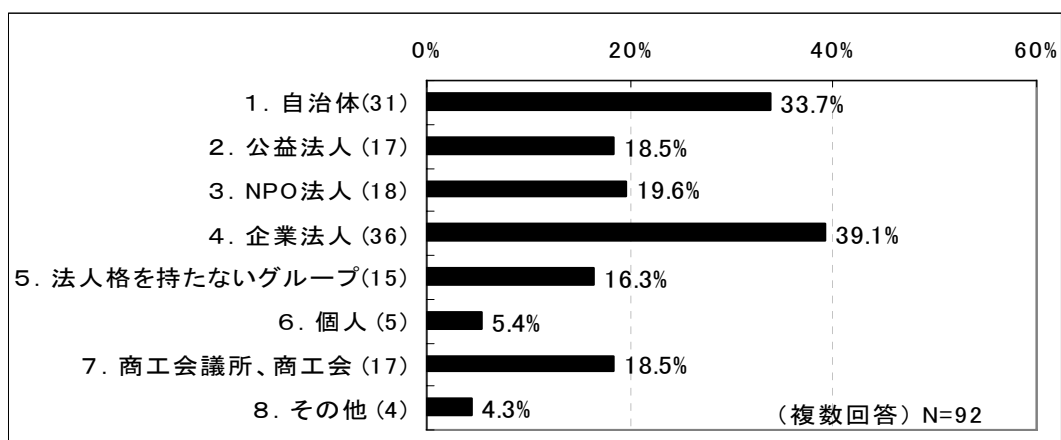


(再掲)【図表 2-1-5 SOHO支援団体の設立時期】



SOHO事業者が利用している支援団体の組織形態は、図表 2-2-14 にみるように、企業法人と自治体が多くなっている。

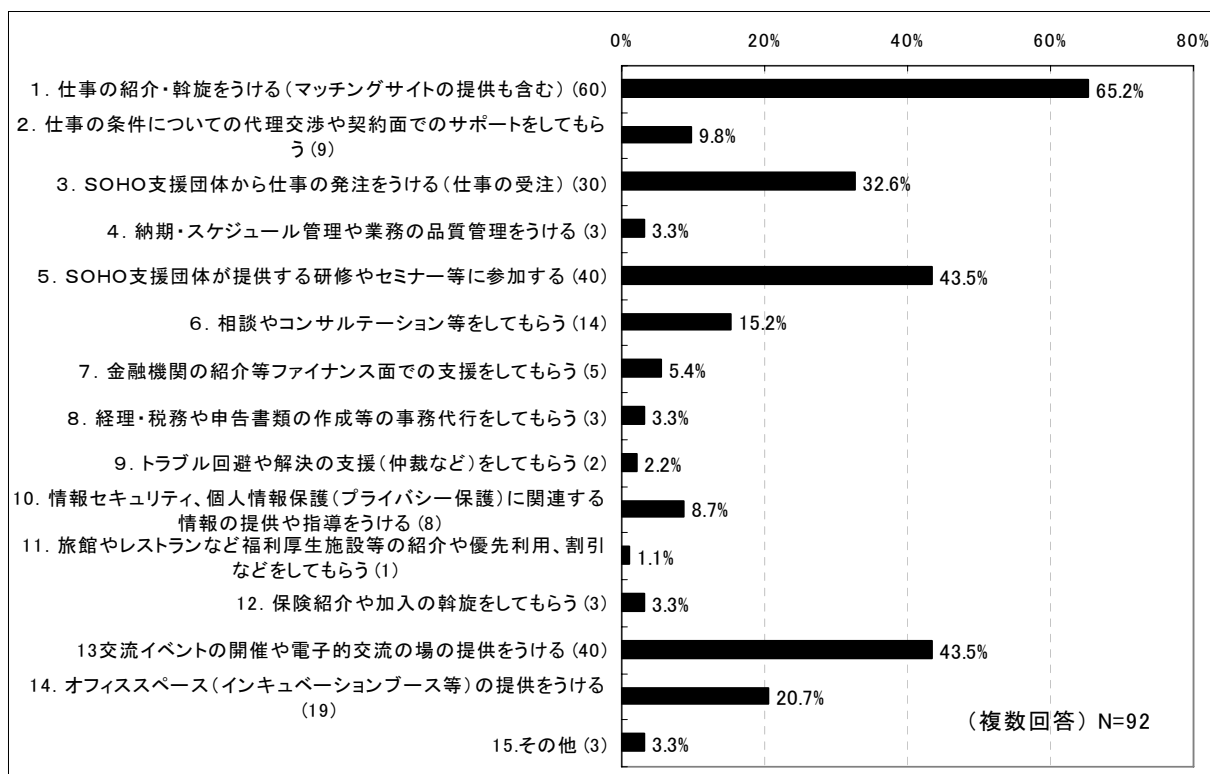
【図表 2-2-14 SOHO事業者が利用している支援団体の組織形態】



(3) SOHO事業者が利用している支援機能・サービス

SOHO事業者に利用されている支援機能・サービスは、図表 2-2-15 にみるように「1. 仕事の紹介・斡旋をうけること（マッチングサイトの提供も含む）」（65.2%）がもっとも多く、次いで「5. SOHO支援団体が提供する研修やセミナー等に参加すること」（43.5%）、「13. 交流イベントの開催や電子的交流の場の提供をうけること」（43.5%）が並ぶ。

【図表 2-2-15 SOHO事業者に利用されている支援機能・サービス】



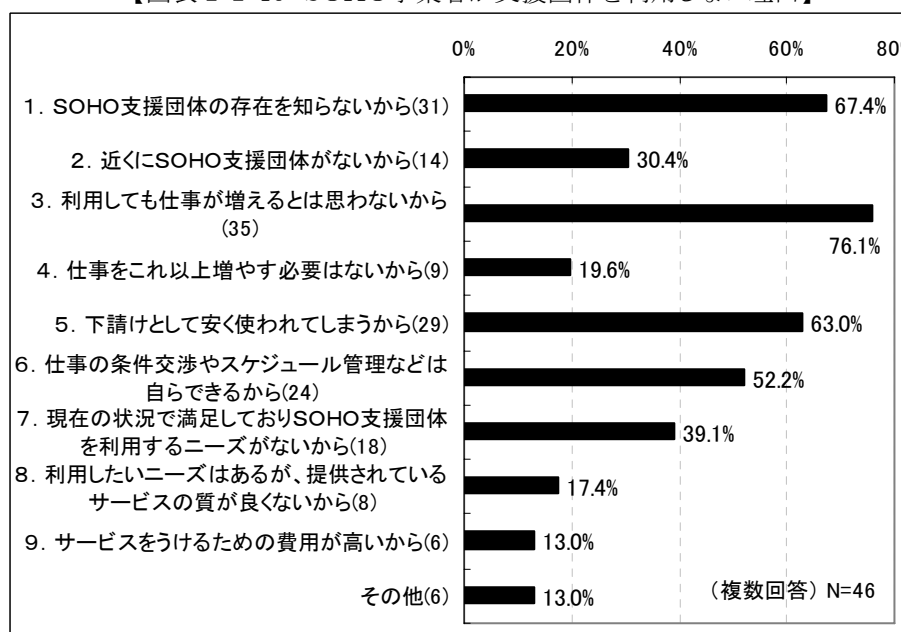
(4) SOHO事業者が支援団体を利用しない理由

SOHO事業者が支援団体を利用しない理由は、図表 2-2-16 をみるように「3. 利用しても仕事が増えるとは思わないから」の 76.1%がもっとも多く、次いで「1. SOHO支援団体の存在を知らないから」が 67.4%となり、「5. 下請けとして安く使われてしまうから」(63.0%)、「6. 仕事の条件交渉やスケジュール管理などは自らできるから」(52.2%)であった。

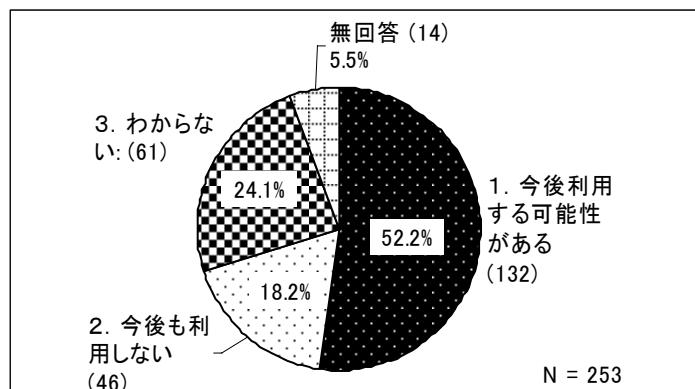
また、「その他」(13.0%)の具体的な内容としては、「利用はしたいが、提供される内容が自分が置かれてる現状に即さないから」「仕事が違うから」「既に十分に仕事を受注しているから」「利用する方法を知らない」「販売支援がないから」「SOHO支援団体は必要なのか」との記載があった。

未利用者におけるSOHO支援団体の今後の利用予定は、図表 2-2-17 にみるように「1. 今後利用する可能性がある」(52.2%)がもっとも多く、SOHO支援団体への期待の大きさがうかがえる。

【図表 2-2-16 SOHO事業者が支援団体を利用しない理由】



【図表 2-2-17 未利用者の今後の利用予定】



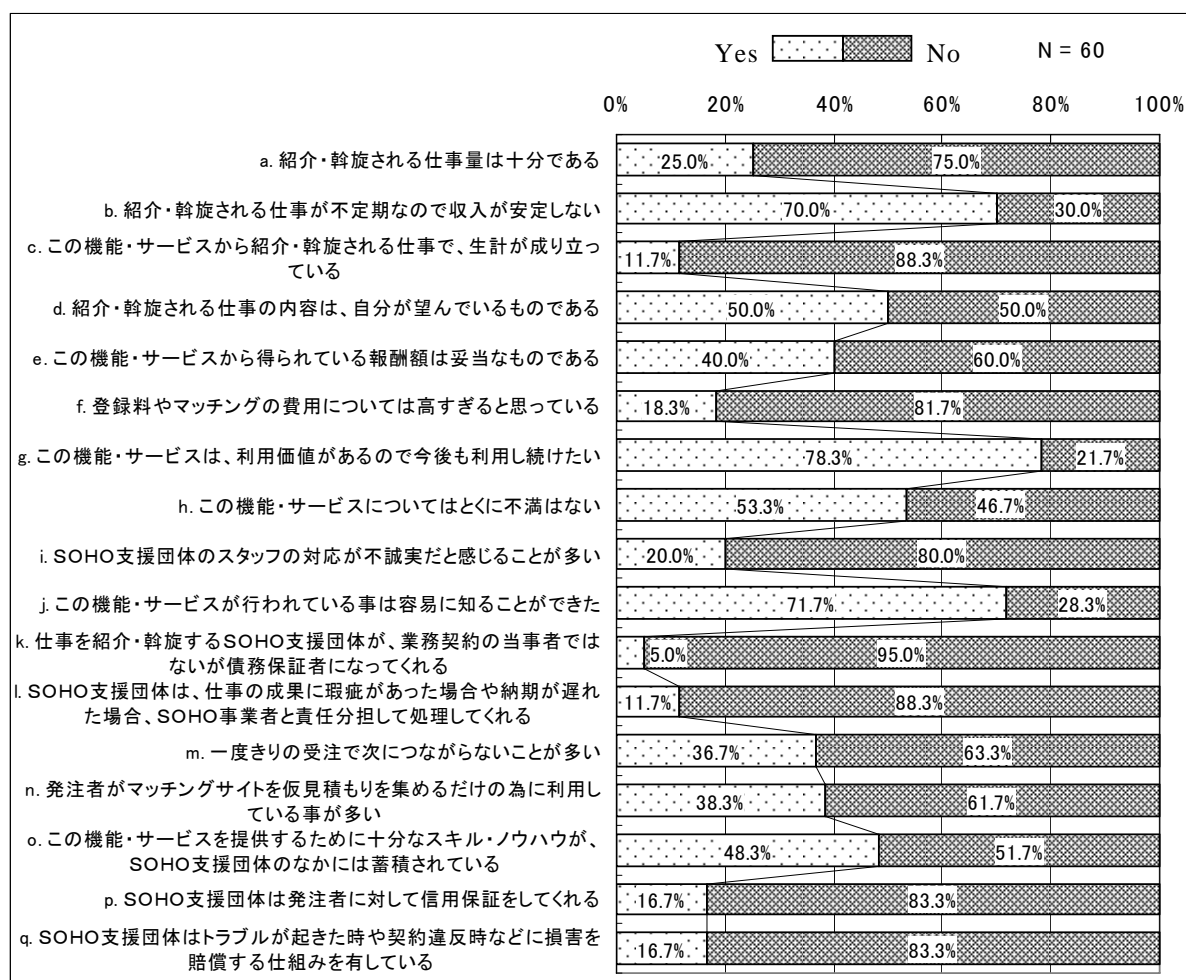
(5) 提供を受けている各支援機能についてのSOHO事業者の意識等

SOHO支援団体が提供している各支援機能・サービスについて、SOHO事業者がどのように受け止めているのかについて現状に即した質問をし、Yes-Noで回答を得た。なお、ここでは回答数が10件を超えた項目（仕事の斡旋紹介、仕事の受発注、研修セミナーへの参加、相談やコンサルテーション）についてのみ記載した。

① 「仕事の紹介・斡旋をうけること」に関する現状

図表 2-2-18 は、「仕事の紹介・斡旋をうけること」に関する現状を17項目にわたってYes-Noで聞いた回答の結果である。「g. この機能・サービスは、利用価値があるので今後も利用し続けたい」は、約8割（78.3%）がYesと回答しており、SOHO事業者の評価が高い。一方、「b. 紹介・斡旋される仕事が不定期なので収入が安定しない」のYes回答が7割（70.0%）「a. 紹介・斡旋される仕事量は十分である」のNo回答が8割弱（75.0%）となっており、SOHO支援団体からの仕事が不定期で仕事量も十分ではないことがわかる。

【図表 2-2-18 「仕事の紹介・斡旋をうけること」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】

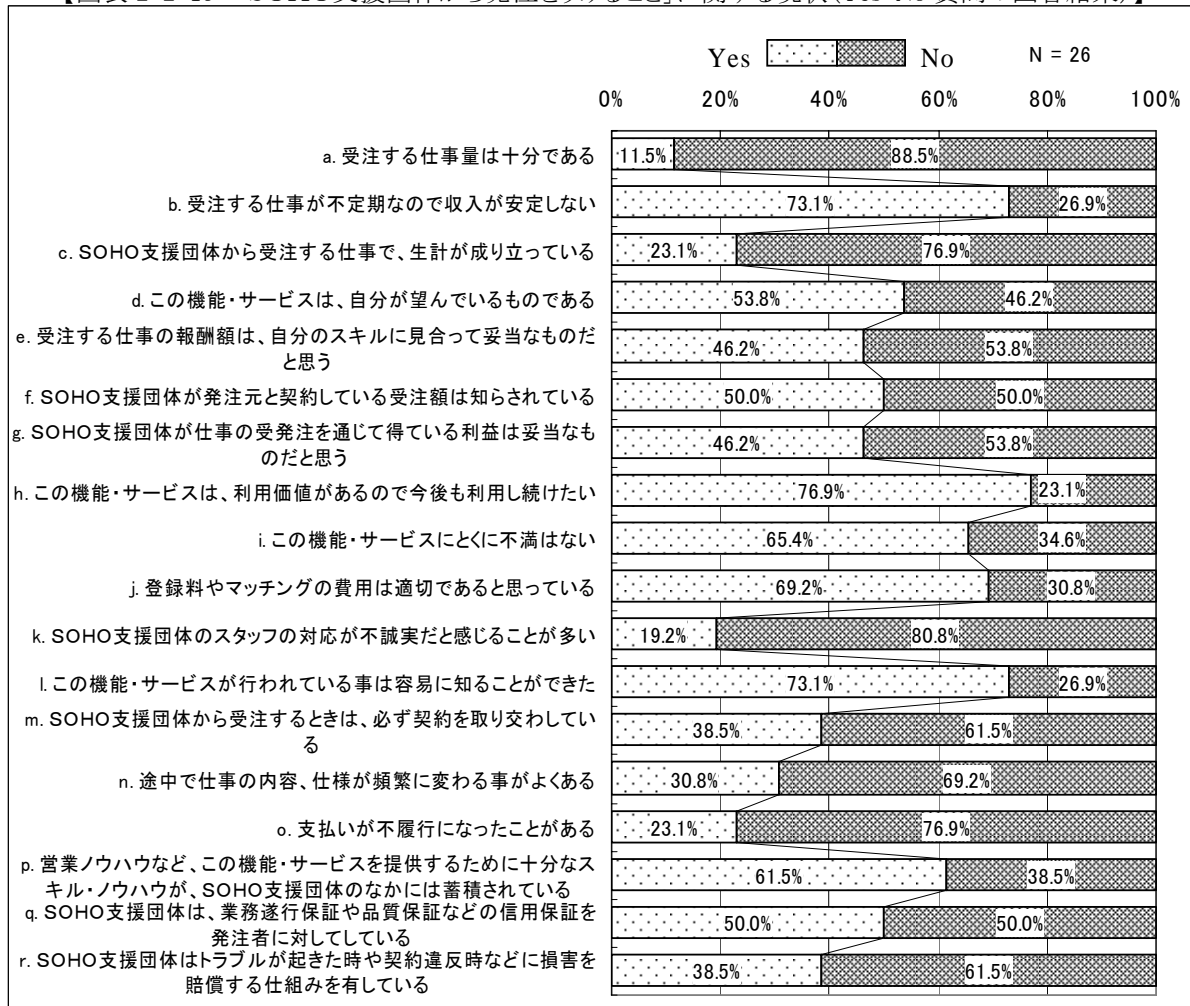


② 「仕事の発注をうけること」に関する現状

図表 2-2-19 は、「SOHO支援団体から発注をうけること」に関する現状を18項目にわたってYes-Noで聞いた回答の結果である。「h. この機能・サービスは、利用価値があるので今後も

利用し続けたい」は、8割(76.9%)がYesと回答しており、SOHO事業者の評価が高いことがわかる。一方、「b. 紹介・斡旋される仕事が不定期なので収入が安定しない」のYes回答が7割強(73.1%)、また「a. 受注する仕事量は十分である」のNo回答が約9割(88.5%)となっており、ここでもSOHO支援団体からの仕事は不定期で仕事量も十分ではないことがわかる。

【図表 2-2-19 「SOHO支援団体から発注を受けること」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】



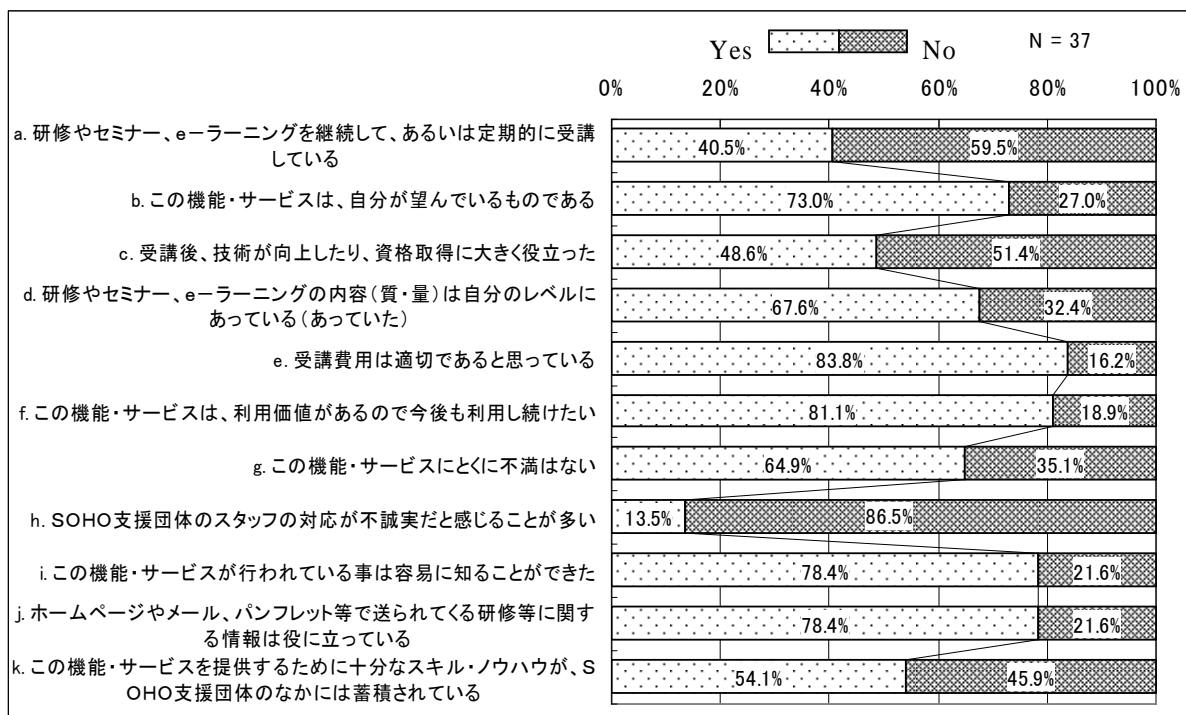
③ 「研修やセミナー等に参加すること」に関する現状

図表 2-2-20 は、「研修やセミナー等に参加すること」に関する現状を 11 項目にわたって Yes-No で聞いた回答の結果である。「e. 受講費用は適切であると思っている」の Yes 回答が 8 割強(83.8%)、また「f. この機能・サービスは、利用価値があるので今後も利用し続けたい」の Yes 回答が 8 割強(81.1%)となっており、費用、価値ともにSOHO事業者の評価が高いことがわかる。

さらに、「i. この機能・サービスが行われている事は容易に知ることができた」の Yes 回答が約 8 割(78.4%)、また「j. ホームページやメール、パンフレット等で送られてくる研修等に関する情報は役に立っている」の Yes 回答が約 8 割(78.4%)となっており、広報・告知が徹底されていることがわかる。

一方、「k. この機能・サービスを提供するために十分なスキル・ノウハウが、SOHO支援団体のなかには蓄積されている」及び「c. 受講後、技術が向上したり、資格取得に大きく役立った」の、Yes 回答と No 回答がほぼ半々となっており、内容の評価はおおむね二分している。

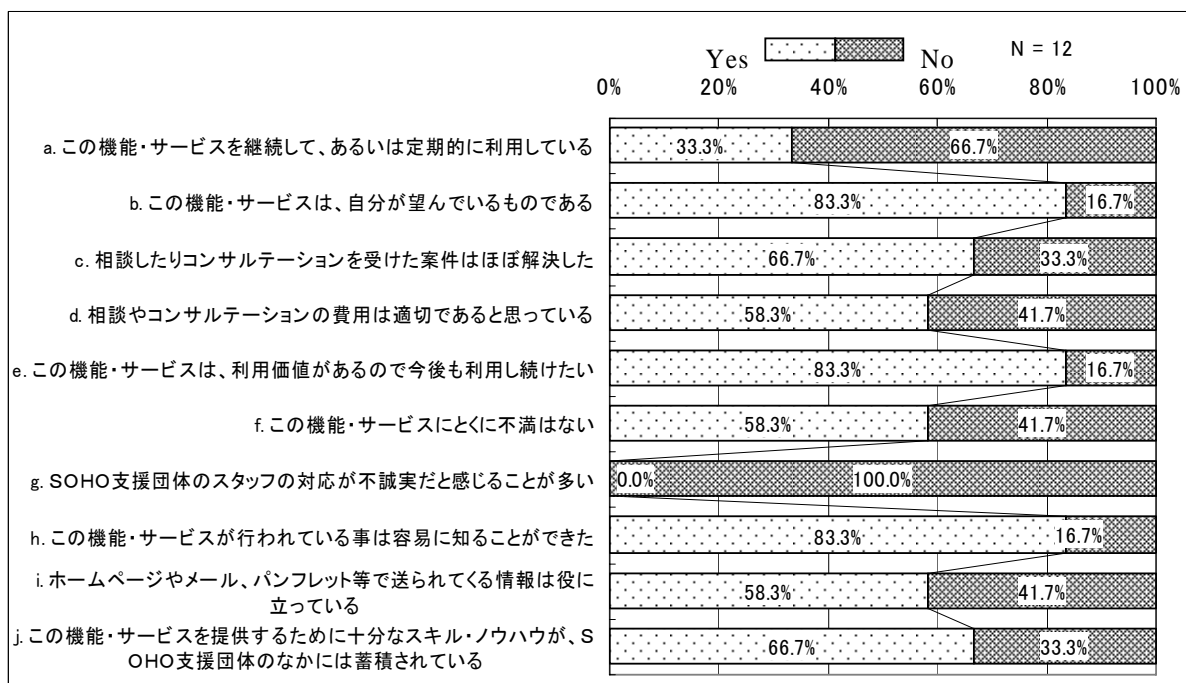
【図表 2-2-20 「研修やセミナー等に参加すること」に関する現状 (Yes-No 質問の回答結果)】



④ 「相談やコンサルテーションをうけること」に関する現状

図表 2-2-21 は、「相談やコンサルテーションをうけること」に関する現状を 10 項目にわたって Yes-No で聞いた回答の結果である。「b. この機能・サービスは、自分が望んでいるものである」、「e. この機能・サービスは、利用価値があるので今後も利用し続けたい」、「h. この機能・サービスが行われている事は容易に知ることができた」の Yes 回答はともに 8 割を超えており、ニーズ、利用価値、情報の得られやすさについて評価が高いことがわかる。

【図表 2-2-21 「相談やコンサルテーションをうけること」に関する現状 (Yes-No 質問の回答結果)】



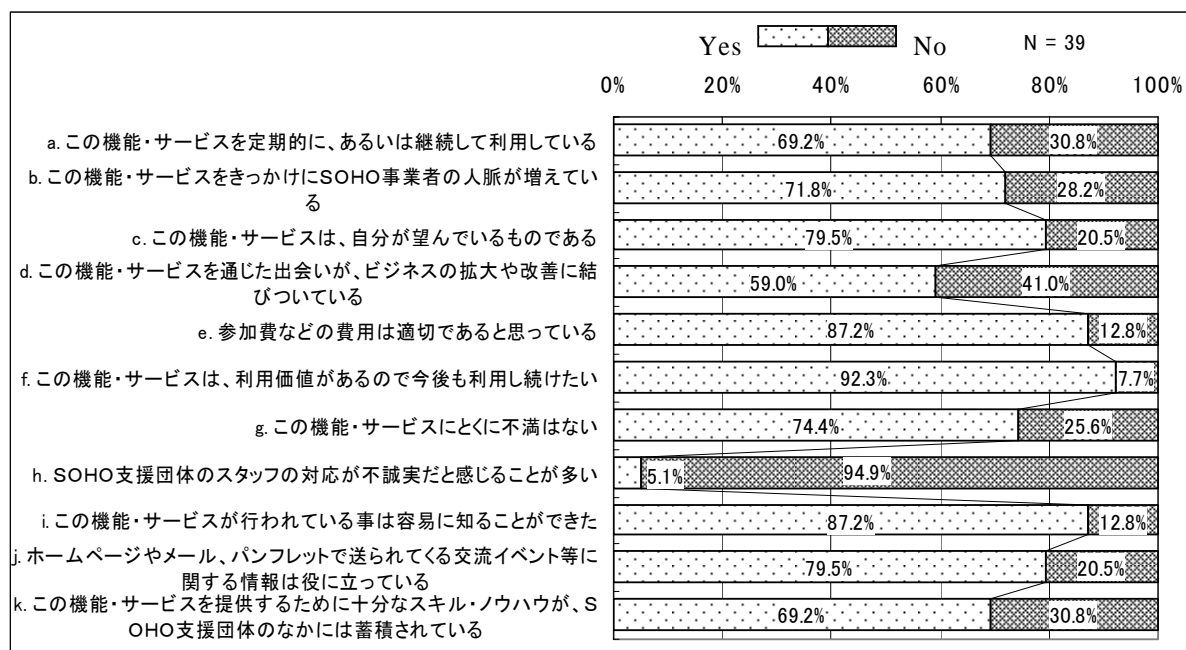
「c. 相談したりコンサルテーションを受けた案件はほぼ解決した」の Yes 回答が約 7 割 (66.7%)、
 「d. 相談やコンサルテーションの費用は適切であると思っている」の Yes 回答が約 6 割 (58.3%)
 となっており、SOHO 事業者の満足度は比較的高いことがわかる。

⑤ 「交流の場を提供されること」に関する現状

図表 2-2-22 は、「交流の場を提供されること」に関する現状を 11 項目にわたって Yes-No で聞いた回答の結果である。「f. この機能・サービスは、利用価値があるので今後も利用し続けたい」の、Yes の回答が 9 割強 (92.3%)、「j. ホームページやメール、パンフレットで送られてくる交流イベント等に関する情報は役に立っている」の Yes 回答が約 8 割 (79.5%) となっており、「交流の場を提供されること」の利用価値について SOHO 事業者の評価が大変高いことがわかる。

「e. 参加費などの費用は適切であると思っている」の Yes 回答が約 9 割 (87.2%)、また「c. この機能・サービスは、自分が望んでいるものである」の Yes 回答が約 8 割 (79.5%)、さらに「b. この機能・サービスをきっかけに SOHO 事業者の人脈が増えている」の Yes 回答が約 7 割 (71.8%) となっており、費用、要望、人脈に関する満足度も高いことがわかった。

【図表 2-2-22 「交流の場を提供されること」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】



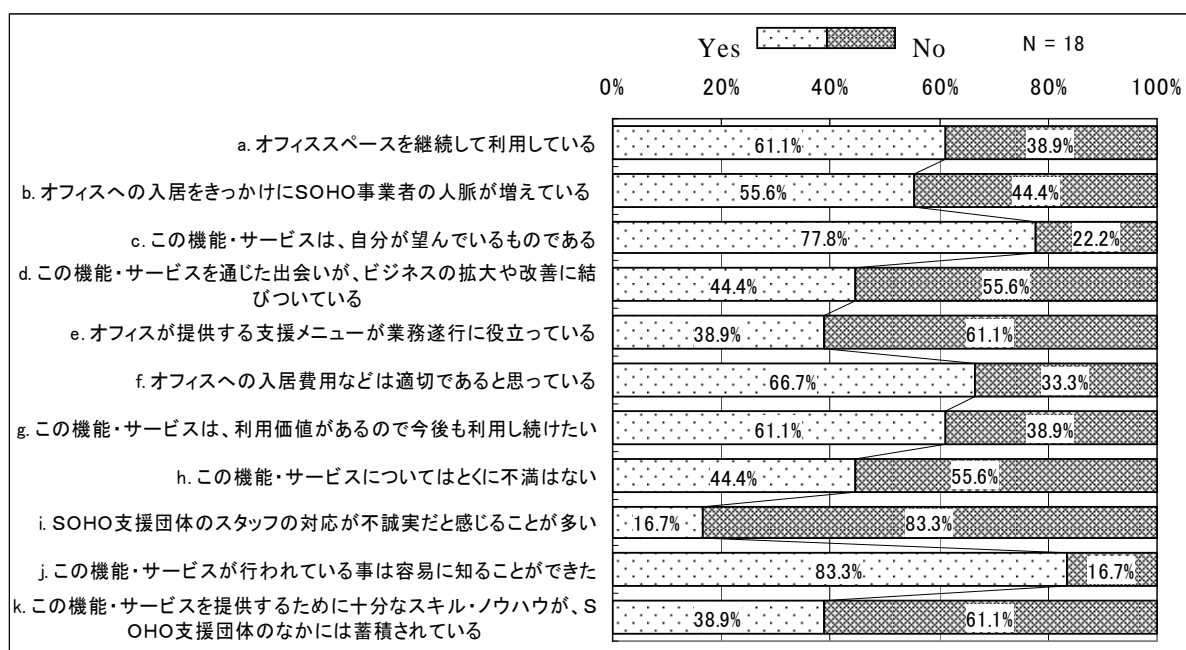
⑥ 「オフィススペースの提供をうけること」に関する現状

図表 2-2-23 は、「オフィススペースの提供をうけること」に関する現状を 11 項目にわたって Yes-No で聞いた回答の結果である。「j. この機能・サービスが行われている事は容易に知ることができた」の Yes 回答が 8 割強 (83.3%) となっており、広報・告知が徹底している。また、「c. この機能・サービスは、自分が望んでいるものである」の Yes 回答が約 8 割 (77.8%)、「f. オフィスへの入居費用などは適切であると思っている」の Yes 回答が 7 割弱 (66.7%) となっており、この機能・サービスの評価が高いことがわかる。

「e. オフィスが提供する支援メニューが業務遂行に役立っている」、「k. この機能・サービスを

提供するために十分なスキル・ノウハウが、SOHO支援団体のなかには蓄積されている」のYes回答も4割弱となっており、業務遂行に役立つ支援メニュー等について評価が低いことがわかる。

【図表 2-2-23 「オフィススペースの提供をうけること」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】

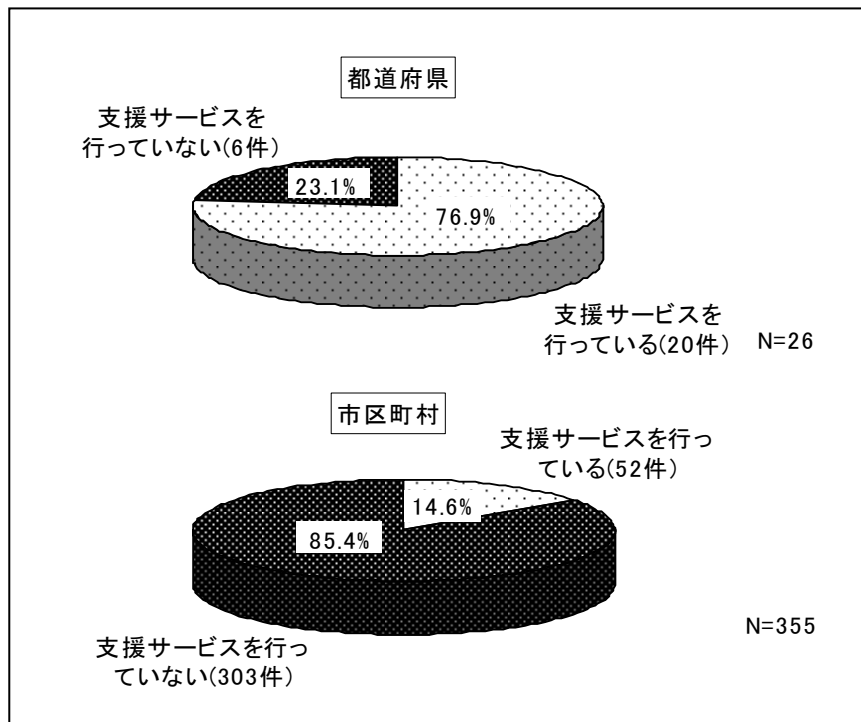


2-3 自治体

2-3-1 自治体におけるSOHO支援の現状

自治体がどの程度SOHO支援を行っているかに関して聞いた。回答した自治体は、都道府県が26、市町村が355であった。最も特徴的なことは、都道府県において8割弱(76.9%)がSOHO支援を行っていることである(図表2-3-1)。

【図表 2-3-1 自治体におけるSOHO支援の有無(都道府県および市区町村別)】



2-3-2 自治体が提供している支援機能・サービスの種類

次に、自治体がどのような種類のSOHO支援を行っているか示したものが図表2-3-2である。

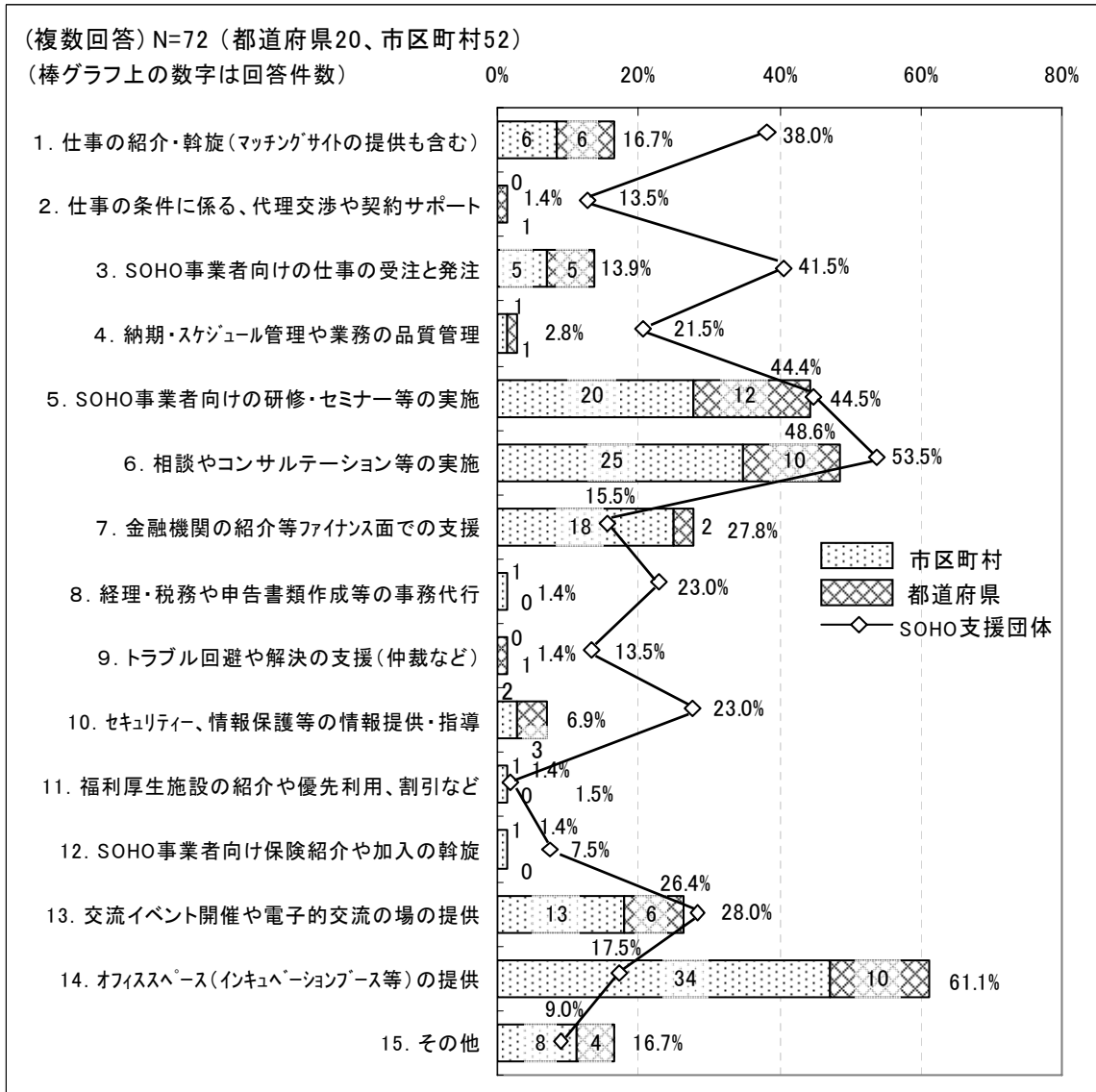
自治体における最大の特徴は「14. オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供」が最も多く提供されている支援策(支援機能・サービス)であるという点である。回答した自治体のうち61.1%がこのサービスを提供している。

また、自治体以外のSOHO支援団体の支援内容との比較した時、その支援策に偏りがあることも特徴的である。

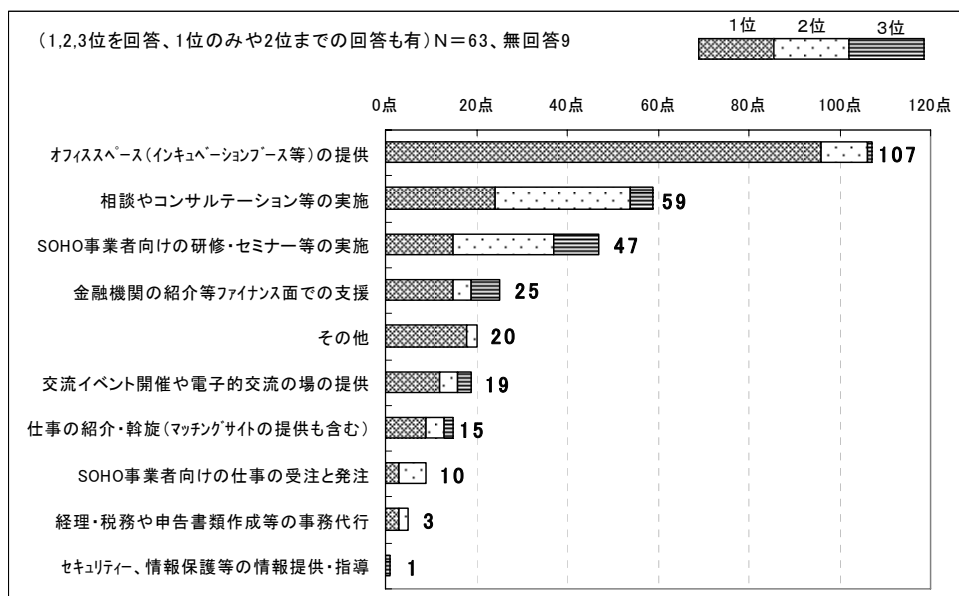
図2-3-3は、SOHO支援を行っている自治体において、同様に重点的に提供されている支援策を1位、2位、3位と聞くことで把握したものである。

結果的には、図表2-3-2と同じ傾向を示しているが、「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供」が1位で提供されている割合が圧倒的に高いことがわかる。

【図表 2-3-2 自治体が提供している支援機能・サービス(都道府県および市区町村別)】



【図表 2-3-3 自治体が重視して提供している支援機能・サービスの順位(都道府県および市区町村別)】



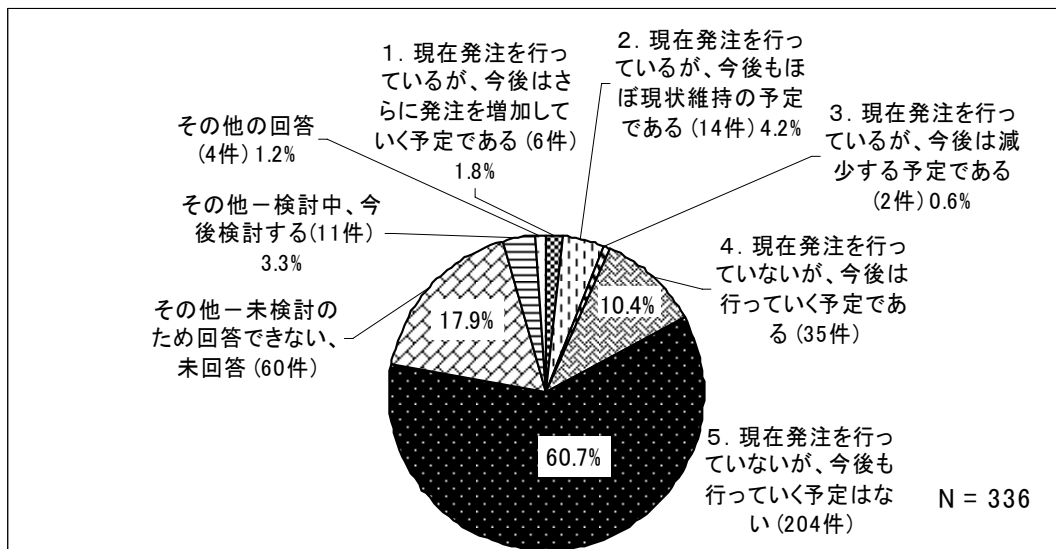
1位にチェックがついた項目は3点、2位は2点、3位は1点として集計

2-3-3 自治体におけるSOHO支援団体への業務発注

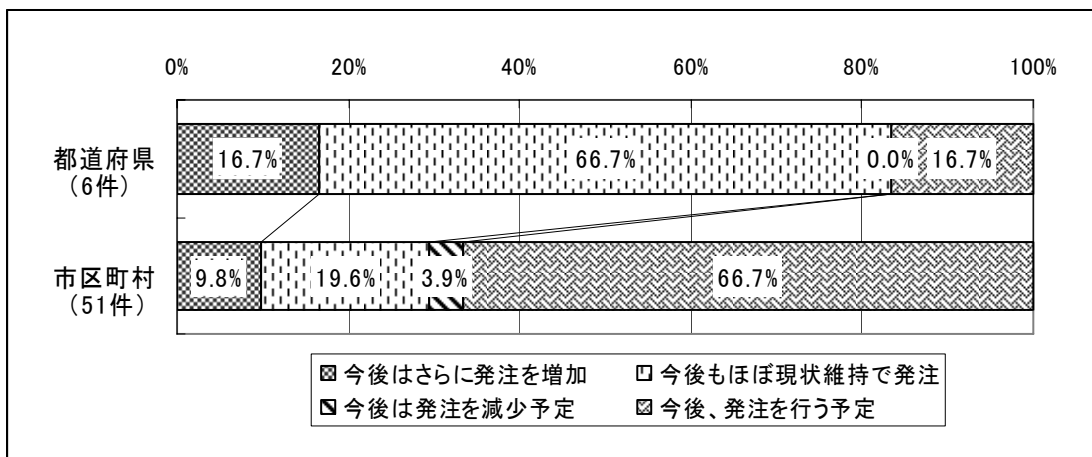
(1) 業務発注の現状

図表 2-3-4 によると、「現在発注を行っていないが、今後も行っていく予定はない」が約6割を占めたが、「現在発注を行っていないが、今後は行っていく予定である」との回答が約1割あり、現在発注を行っているとの回答を合わせると2割弱の自治体が発注を行う方向であることがわかる。また、図表 2-3-4 において1～4に回答した自治体、合計57件に関して、その内訳を都道府県と市区町村に分けて見てみたものが図表 2-3-5 である。市区町村において、今後SOHO支援団体やSOHO事業者への業務発注を予定している自治体が多いことがわかる。今後SOHO支援団体やSOHO事業者への発注事例が増えていくことが期待される。

【図表 2-3-4 自治体におけるSOHO支援団体やSOHO事業者への業務発注の現状と今後(全体)】



【図表 2-3-5 現在 SOHO 支援団体やSOHO事業者へ発注している自治体における今後の動向(自治体の規模別)】



SOHO支援団体やSOHO事業者へ業務発注する場合の重視する項目については、図表 2-3-6 のように「2. 信頼性」が62.2%と高く、「3. 品質」(34.5%)、「1. 実績」(31.5%)、「8. 地元のSOHOか否か」(28.6%)、「4. 専門性」(19.3%)といった項目が続く。

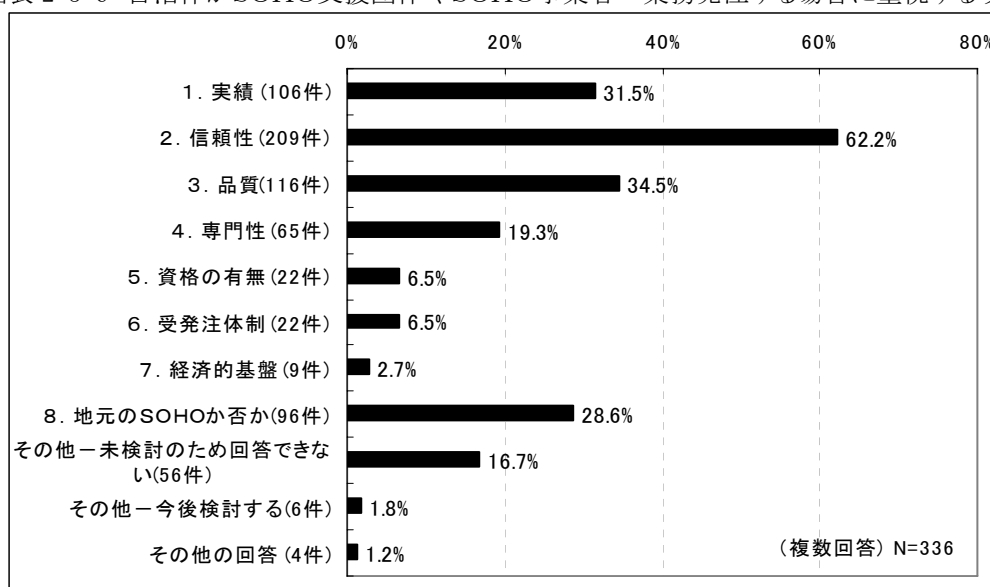
「信頼性」が「品質」「実績」の約倍の回答であることから、「仕事を安心して任せられること」が肝心であり、その要素として「品質」、「実績」、「地元か」が重要なポイントであることがわか

る。

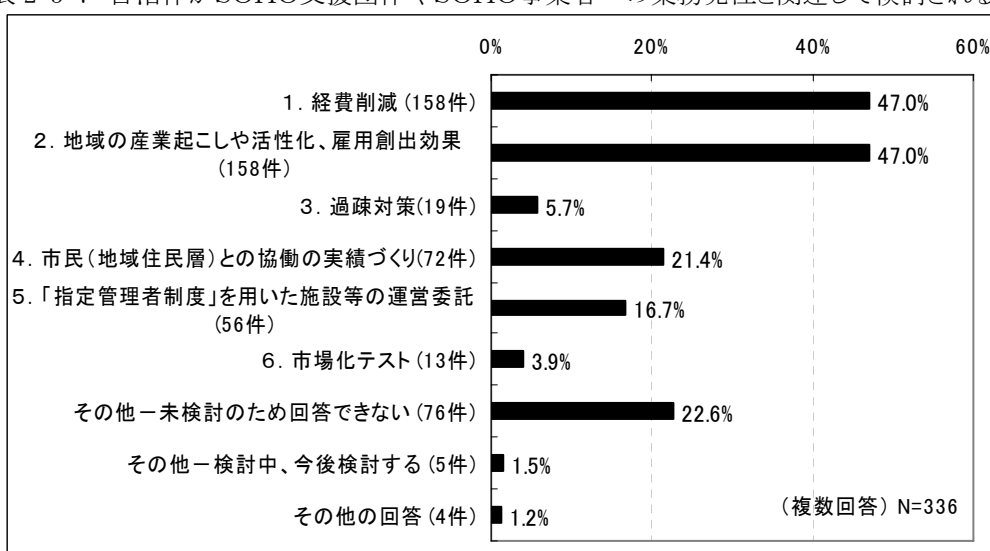
ヒアリング調査を行った自治体3市でも、「仕事を安心して任せられること」と「仕事を安心して任せられる所があるか」を課題としており、一方で地域のSOHO支援団体やSOHO事業者の絶対数が比較的少ないこと、業務内容の幅が狭いことなどが指摘された。

SOHO支援団体やSOHO事業者への業務発注と関連して検討される観点については、図表2-3-7のように「1. 経費削減」と「2. 地域の産業起こしや活性化、雇用創出効果」がともに47.0%と高く、「4. 市民（地域住民層）との協働の実績づくり」(21.4%)、「5. 「指定管理者制度」を用いた施設等の運営委託」(16.7%)も検討される観点となっていることがわかった。

【図表 2-3-6 自治体がSOHO支援団体やSOHO事業者へ業務発注する場合に重視する項目】



【図表 2-3-7 自治体がSOHO支援団体やSOHO事業者への業務発注と関連して検討される観点】



今回ヒアリング調査を実施した3市では、SOHO支援団体、SOHO事業者への自治体からの業務発注の現状は、盛んであるとはいえない。先進事例として過去取り上げられた自治体に対してヒアリングを行ったものだが、人材派遣を含め最大10業務程度という実績であった。しかし、

3 市すべてが、財政難による「コスト削減」、「人員削減」を補うために業務のアウトソーシングを検討中とのことであった。

自治体におけるSOHO支援団体やSOHO事業者への業務発注は、これから数年中に増加していく下地が整えられていくと考えられる。各自治体における発注対象業務は異なるものの、受託可能な業務に関する情報発信やマッチングは、SOHO支援団体が堅実に準備しなければならない課題となる。

(2) SOHO支援団体やSOHO事業者へ発注するメリット

ヒアリング調査では、SOHO支援団体やSOHO事業者へ発注するメリットとして、当然の事ながら各自治体とも地域経済の向上を挙げている。

具体的には、「地域経済、地域人材の有効活用。例えば、ICTの外注は大手ベンダー（地域外）へ行なわれている。それが地域内の小規模事業者へ行なわれれば地域経済の振興になり、消費の活性化に結びつく」、「民間活力の導入という意味で重要。ただ、庁内で認知度が低いことが課題である」、「地域の小規模事業者に仕事を出せること」という意見があった。また、発注を行うメリットとして、「人的コストの低減がアウトソーシングのメリット」、「発注は、財政難によるコスト削減、人員削減を補う」、「発注は、行財政改革そのもの。公と民との役割分担。次には、コストダウン」が挙げられた。

(3) 発注先に対する評価の基準

ヒアリング調査での発注先に対する評価の基準は、アンケート調査（図表 2-3-6）と同様に、信頼性、実績を重んじる傾向にあった。

評価の基準	A市	B市	C市
1	実績	地元	地元
2	コスト	信頼性・安心感	機動力・対応
3	品質	実績	やる気・信頼性

外注先の評価などに関連して、「スタッフの人柄、努力」、「大手が選ばれる理由は、受注の完遂能力、リスクヘッジ、運営にあたってのマネジメント。ソフトウェアに関しては、開発元しか手が入られないことが多く、大手なら安心である。」といった意見もあった。

2-3-4 自治体における業務発注の今後

(1) 業務発注の今後の可能性

SOHO支援団体やSOHO事業者への業務発注で今後見込まれる分野については、図表 2-3-8 のように「3. ホームページの企画・制作、運用・メンテナンス」が 35.7%と高い。これは、ホームページの企画・制作、運用・メンテナンス業務の専門性が高く、まとめて外注しやすい業務であること、SOHO支援団体やSOHO事業者側の作業員も比較的多いため得意とする受注しやすい業務であることが理由であり、インターネットによる情報発信が確実に増加している現状

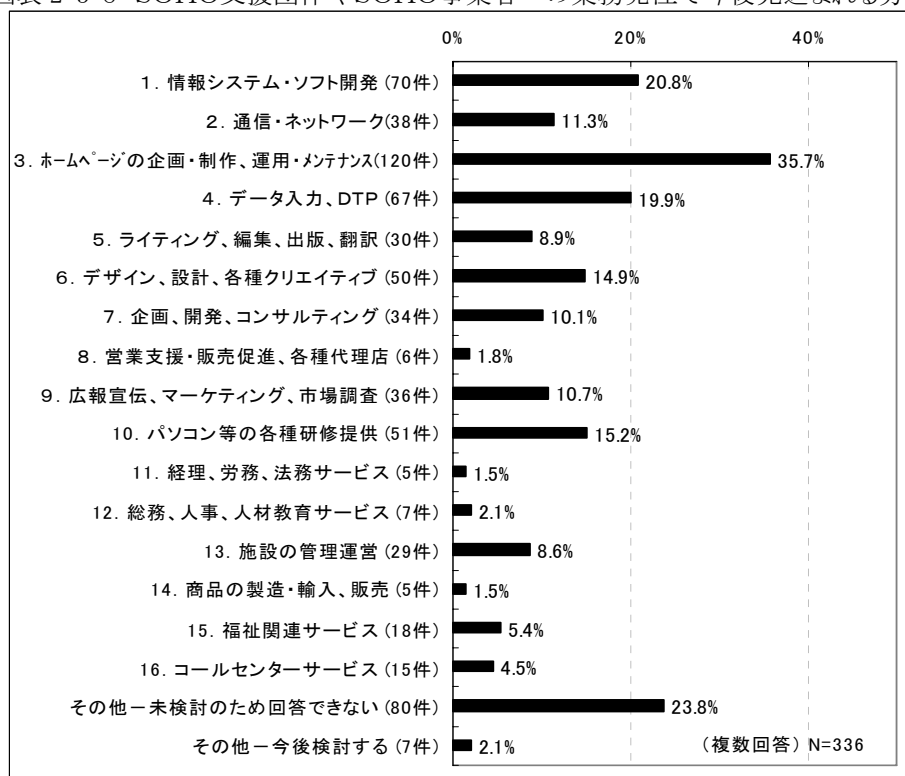
から今後とも確実に増加していく業務発注であると考えられる。

続く「1. 情報システム・ソフト開発」(20.8%)、「4. データ入力、DTP」(19.9%)も、SOHO支援団体やSOHO事業者の受注体制が増強されれば、コスト削減をメリットに確実に増加する業務であると思われる。

ヒアリング調査での業務発注の今後の可能性については、「人員削減」「コスト削減」がキーワードとなった。職員の削減により、臨時職員の採用や外注拡大が課題となるとのことであった。

コストの削減については、「財政状況が厳しい中、財政部門から大手ベンダーなどへの発注だけでなく、地元の小規模事業者が参入してコストの低減に寄与できないかという問い合わせがあった」「市の仕事自体が全体的に発注する方向にある。その延長上で発注先が誰かという今までは大手ベンダーであった。ただ、政府の電子自治体の指針にもあるように地域経済の活性化もICT化の指標になるので必ず小規模事業者への発注は増加していく」「地域のSOHOが集まって自動的にエージェント機能を持つ方向にあり、これは地域にとって大きな動きであり、提案型で良いものであれば発注していきたい」といった意見もあった。また一方で、「競争入札で価格の低い所へ委託する傾向にあったが、今後は価格以外の要素も勘案する可能性がある」との意見もあった。

【図表 2-3-8 SOHO支援団体やSOHO事業者への業務発注で今後見込まれる分野】



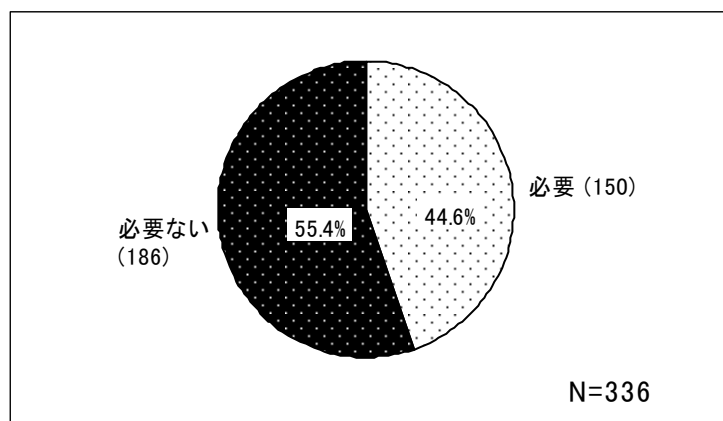
(2) SOHO支援団体への要望

ヒアリング調査を進める中で、SOHO支援団体へのいくつかの重要な要望、アドバイスがあり、「地域の中で顔の見える実績を作っていくことが重要である。そのためには、人間的な信頼性が必要」という意見が多かった。「組織でも個人でもエージェントは、インセンティブを与えられる仕事か、信頼に足るか、地域の接触力(コネクション)、交渉力などチャンネルを多く持っていることなど、どれ一つ欠けてもエージェントの魅力は低下するので、これらを考慮して活動して

欲しい」との意見があった。また、「認知度が低いので、市の業務を担当している各職員へ誰が何を出来るのかのアピールが必要」との意見もあった。

発注先として信頼できるSOHO支援団体やSOHO事業者の情報（一覧表など）の必要性については、図表 2-3-9 のように「必要ない」が 55.4%、「必要」が 44.6%であった。しかし、自治体ヒアリング調査では、市職員のSOHO支援団体やSOHO事業者の認知度の低さが指摘されており、SOHO支援団体やSOHO事業者を理解している職員の方からは、資料は必要だが、顔の見える信頼に足る人間的な営業力が求められているとの意見があった。SOHO支援団体やSOHO事業者は、地元密着で需要を創造する必要があると思われる。

【図表 2-3-9 発注先として信頼できるSOHO支援団体やSOHO事業者の情報（一覧表など）の必要性】



2-4. 発注者(民間企業)

2-4-1 民間企業におけるSOHO支援団体やSOHO事業者への業務発注

発注者(民間企業)に対して現状SOHO支援団体が果たしている役割・機能、および発注者がSOHO支援団体に対して求めているものを聞くためにヒアリング調査を行った。

調査対象者の選定にあたっては、①ICT・システム系の仕事をSOHO支援団体にアウトソーシングしている企業、②ホームページ制作はじめクリエイティブ系の仕事をSOHO支援団体にアウトソーシングしている企業、③データ入力、マーケティング系の仕事をSOHO支援団体にアウトソーシングしている企業、の3つのタイプに分け、さらに企業の規模により、①大手・中堅企業、②子会社または中小企業に分けて、それぞれの特性に合致した企業・団体を選定した。以下、ヒアリング調査から得られた業務発注の現状、発注するメリット並びに発注先に対する評価についてまとめた。

(1) 業務発注の現状

SOHO支援団体やSOHO事業者への発注の実態をヒアリングした結果は以下ようになった(図表2-4-1)。大きな傾向としては、大手・中堅企業の方が、SOHO支援団体やSOHO事業者に発注している割合が少ない。またICT・システム系において、SOHO支援団体やSOHO事業者に発注される度合いが少ない。

【図表 2-4-1 業務発注の現状】

発注者の分類	大手・中堅企業	子会社または中小企業
ICT・システム系の仕事をSOHO支援団体にアウトソーシングしている企業	○SOHO事業者へ直接の発注はないが、ソリューションベンダーを通してSOHO事業者へ発注する可能性あり	○法人格を有しているSOHO事業者に発注
ホームページ制作はじめクリエイティブ系の仕事をSOHO支援団体にアウトソーシングしている企業	○SOHO支援団体1団体へ発注 ○SOHOアーティスト・デザイナーに発注	○SOHO支援団体1団体に発注
データ入力、マーケティング系の仕事をSOHO支援団体にアウトソーシングしている企業	○SOHO事業者へ直接の発注はないが、OB、OGと協業	○SOHO支援団体1団体に発注 ○3名のSOHO事業者に発注

ICT・システム系においては、「信頼できる従来からの取引先企業へ業務発注している」という回答も多く、また納期・品質・リスク管理の観点から、「システム開発などをSOHO支援団体へは発注しにくい」という意見もあった。一般的にICT・システム系の仕事を外部発注する場合は、ハードウェアも用意できるベンダーへ発注する企業が多い。また、先進技術のコンサルティングを含めたシステムの企画開発は、SOHO事業者はもとより、規模の小さいSOHO支援団体には荷が重いと考えられる。最近ではセキュリティ面が厳しく問われるこ

とも多く、ICT・システム系においてSOHO支援団体やSOHO事業者が新たに新規業務を受託していく機会は、以前に比べれば減少している可能性が高いと思われる。SOHO支援団体やSOHO事業者が今後伸びていくには、課題が多い領域である。

一方、ホームページ制作等のクリエイティブ系やデータ入力、マーケティング系の仕事については、SOHO支援団体やSOHO事業者がその専門性の高いスキルを活かして、現状でも多くの仕事を獲得しているが、今後も支援団体やSOHO事業者の独自性がアピールできれば、仕事を得られる可能性は広がっていくと思われる。

企業の業務発注においては、「どのような部署が、どのような仕事を発注しているのか」についてより具体的に見ていく必要がある。そこで、以下の表にあるように、業務発注の窓口についての現状が分かった（図表 2-4-2）。

仕事内容からみると、例えば大手・中堅企業からは「マーケティング部販促チームがWeb制作を発注する。」など、更に中小企業からは「ソフト開発をSOHO事業者へ発注」、「外部のクライアントからオフィス・病院などのレイアウト図面作成を発注」、「プロダクト&サービス事業担当チームが商品デザインを発注」、「調査事業グループがテスト・マーケティングの仕事を発注」などがあり、細分化された業務の発注が行われていることがわかった。

【図表 2-4-2 部門別業務発注窓口比較表】

発注者の分類	大手・中堅企業	子会社または中小企業
ICT・システム系の仕事をSOHO支援団体にアウトソーシングしている企業	○なし	○情報化事業では、ソフト開発をSOHO事業者へ発注
ホームページ制作はじめクリエイティブ系の仕事をSOHO支援団体にアウトソーシングしている企業	○マーケティング部販促チームがWeb制作を発注	○設計部門、親会社営業マン、個別に契約した外部のクライアントからオフィス・病院などのレイアウト図面作成を発注
データ入力、マーケティング系の仕事をSOHO支援団体にアウトソーシングしている企業	○各担当からWeb、マーケティングを発注	○プロダクト&サービス事業担当チームが商品デザインを発注 ○調査事業グループがテスト・マーケティングの仕事を発注

(2) SOHO支援団体やSOHO事業者へ発注するメリット

SOHO支援団体やSOHO事業者へ発注するメリットをヒアリングした結果は以下のようになった。すでにSOHO支援団体やSOHO事業者に業務を発注している企業は、SOHO支援団体やSOHO事業者の良さをよく見抜き、うまく活用していることがわかる（図表 2-4-3）。

ここでいうSOHO事業者の良さ、若しくは強みとは「スキルを持った顔が見える人を束ねてくれるHub機能」や「束ねた人に対するコントロール」、「自社内でワーカーを組織することは無理なので、管理上のメリット」といった点であり、SOHO支援団体に対しての発注のメリットとして指摘されている。こうした点が確かにSOHO支援団体の持ち味であるといえる。また

コスト面のメリットも複数の企業が発言しており、SOHO支援団体にコスト削減の受け皿になってほしいという企業側のニーズも見えてくる。

【図表 2-4-3 発注するメリット】

発注者の分類	大手・中堅企業	子会社または中小企業
ICT・システム系の仕事をSOHO支援団体にアウトソーシングしている企業	○スキルを持った顔が見える人を束ねてくれるHub機能	○Hub機能 ○コストが20%くらい安い
ホームページ制作はじめクリエイティブ系の仕事をSOHO支援団体にアウトソーシングしている企業	○直接SOHO支援団体に発注した方がコストやコミュニケーションの面で良い ○芸術的な付加価値を有する商品づくり	○まさにHub機能 ○SOHOワーカーを束ねるネットワーク力、人を確保する力 ○束ねた人に対するコントロール
データ入力、マーケティング系の仕事をSOHO支援団体にアウトソーシングしている企業	○OB、OGなので経験が豊富	○専門知識を有するシニアSOHOの能力を活用できるため ○自社内でワーカーを組織することは無理なので、管理上のメリット

一方、大手・中堅企業が発注するメリットの中にある「芸術的な付加価値を有する商品づくり」は、高いスキルを有したSOHO事業者に向けられている期待である。ヒアリングした企業では、SOHO支援団体ではなく、SOHO事業者に直接、発注が行われていた。しかしながら、「芸術的な付加価値を有する商品づくり」以外のメリットを見てみると、SOHO支援団体の役割は大きいことがわかる。複数の優秀なSOHO事業者をネットワークしているSOHO支援団体に、企業が望んでいるSOHO事業者とのマッチングを依頼したり、また契約の条件交渉等で間にたって調整をしてもらえるとといったメリットが企業（発注者）側にはある。

（3）発注先に対する評価の基準

SOHO支援団体やSOHO事業者へ発注する際の評価基準やその成果についての評価をヒアリングした結果は以下ようになった。

業務発注する企業は、SOHO支援団体やSOHO事業者に対して、「安心して任せられること」を求めている（図表 2-4-4）。

【図表 2-4-4 発注先に対する評価基準】

発注者の分類	大手・中堅企業	子会社または中小企業
ICT・システム系の仕事をSOHO支援団体にアウトソーシングしている企業	○品質、受注体制、コストと専門性	○品質、コスト、納期
ホームページ制作はじめクリエイティブ系の仕事をSOHO支援団体にアウトソーシングしている企業	○創造力、管理能力、専門知識、コスト意識、提案力 ○企業とコラボレーションすることに前向きなこと、コミュニケーション、こまめに動いてくれること	○実績、信頼性、品質、納期、コスト、専門性 ○ワーカーについては、第一にやる気と吸収力、応用力 ○主婦を中心とするSOHO事業者は安定している家族環境
データ入力、マーケティング系の仕事をSOHO支援団体にアウトソーシングしている企業	○品質、経験、納期	○品質、納期、コスト

上記の表にあるように、評価の基準として共通して第1位にあげられている項目は「品質」である。また、「品質」と同様に重視されているものは、「コスト」である。

また、発注内容別に評価基準の特性がみられるかどうかについては、システム開発系では「受注体制」が、クリエイティブ系では「管理能力」、「専門知識」、「コミュニケーション能力」が、更にデータ入力系では「納期」が重視されていることがわかった。

2-4-2 発注者（民間企業）における業務発注の今後

(1) 業務発注の今後の可能性

SOHO事業者やSOHO支援団体への業務発注の今後の発注量の増減をヒアリングした結果は以下のようになった（図表 2-4-5）。

【図表 2-4-5 今後の発注量の増減】

発注者の分類	大手・中堅企業	子会社または中小企業
ICT・システム系の仕事をSOHO支援団体にアウトソーシングしている企業	○エージェントが要	○積極的なSOHO支援団体なら可能性あり
ホームページ制作はじめクリエイティブ系の仕事をSOHO支援団体にアウトソーシングしている企業	○販促専門のSOHO支援団体への仕事を増やしていきたい ○海外のアーティストも加えたプラットフォームづくりを進めたい ○SOHO事業者への発注量は増大	○今後とも高めていきたい
データ入力、マーケティング系の仕事をSOHO支援団体にアウトソーシングしている企業	○増加の可能性大	○発注は増加する ○DM 配送代行やデータ入力の受注も増加するので発注量も当然増加

ヒアリングを行った相手先は、既にSOHO支援団体やSOHO事業者に発注を行っている企

業であるが、そうした企業では、SOHO支援団体への期待も大きく、今後とも発注を継続し、かつ拡大していく予定の企業も多い。

具体的には、SOHO支援団体に対して、とくに要となるしっかりとしたエージェント機能（Hub機能）を求め、期待しているということがわかった。

（2）SOHO支援団体への要望

民間企業におけるSOHO支援団体への要望は、下表のように明確で具体的なものが多かった。

SOHO支援団体への要望としては、Hub機能に対する期待が大きい。Hub機能とは、優秀なSOHO事業者を集め、適切にマネジメントできる能力である。「スタッフの数の確保と仕事・勤怠などの把握をしっかりとしたい」や「ワーカーをしっかりと繋ぎ止めておく能力やシステム、Hub機能に対する期待値が大きい」、「専門分野に特化したSOHO人材を集めて欲しい」、「キャスティングプロデューサーとしての自覚を持って欲しい」といった発言は、すべてSOHO支援団体に求められているHub機能のことであると解釈できる。こうしたスキルをSOHO支援団体が向上させることができれば、企業からの発注は増加する可能性が高まる（図表2-4-6）。

【図表 2-4-6 SOHO支援団体への要望】

発注者の分類	大手・中堅企業	子会社または中小企業
ICT・システム系の仕事をSOHO支援団体にアウトソーシングしている企業	○業務発注者側が相談できるエージェントが重要で、キャスティングプロデューサーとしての自覚を持って欲しい。また、その教育も必要	○エージェントが仕事の要となるので、スタッフの数の確保と仕事・勤怠などの把握をしっかりとしたい。信頼して任せられるかが受注のポイント
ホームページ制作はじめクリエイティブ系の仕事をSOHO支援団体にアウトソーシングしている企業	○Pマークあればベターだが、なくてもいい	○専門スキルを持った人をヘッドにするべき ワーカーをしっかりと繋ぎ止めておく能力やシステム、Hub機能に対する期待値が大きい ○ワーカーをしっかりと繋ぎ止めておく能力やシステム、Hub機能に対する期待値が大きい ○主婦、個人、フリーターなどは社会的なビジネスルールを知らない。コンプライアンス（企業活動において、法令などのルールを守らせること）や個人情報保護などに対する教育が必要
データ入力、マーケティング系の仕事をSOHO支援団体にアウトソーシングしている企業	○SOHO支援団体には、あれもこれも受注できますではなく、専門分野に特化したSOHO人材を集めて欲しい	○認知度は向上しているが、仕事を分散させる心配がリスクとなっている

その他の意見としては、専門分野に特化してほしい、ということであった。また企業側は「相談

できるエージェント」を求めていることもわかった。たしかに実際に業務を行う優秀なワーカーを集めてキャスティングし、さらに品質を高め納期を守って管理することは非常に高度な技量である。それを外注できるのであれば、企業にとっては大きなメリットであるが、それだけではなく、専門性の高い内容についても企業側と意思の疎通を円滑にできて、企業側の意向が伝わりやすいSOHO支援団体のスタッフの存在が求められているといえよう。

また、複数の企業から指摘された点には、情報セキュリティ面の指摘があった。「主婦、個人、フリーターなどは社会的なビジネスルールを知らない。コンプライアンス（企業活動において、法令などのルールを守らせること）や個人情報保護などに対する教育が必要」といった意見や「Pマークあればベターだが、なくてもいい」といった意見である。後者の発言は、Pマークが取得できていなくても、それに相当するだけのしっかりとしたセキュリティポリシーがSOHO支援団体には必要であるという意味である。今後は、セキュリティ面での体制整備が、業務受託を行おうとするSOHO支援団体にとっては、必須のアイテムになるであろう。

第3章. SOHO支援団体におけるあるべき支援策に向けた課題の抽出と今後の方向性

3-1 支援策の体系的整理（型による分類）

SOHO事業者提供されている支援策（支援機能・サービス）は、SOHO支援団体の組織形態や業種によって、明らかに違いが見られる。いくつかの支援策は一まとまりとなって提供され、それを提供している主体も共通し、またその主体の業種も特定のものに片寄った。このため、14の支援策は、以下の図表3-1-1に示すように4つのタイプ（型）に分類整理することができる。

3-1-1 支援タイプ「仕事支援型」の支援団体

1つ目の支援のタイプは「SOHO事業者への仕事の紹介・斡旋」、「仕事の条件についての代理交渉や契約サポート」、「SOHO事業者向けの仕事の受注とSOHO事業者への仕事の発注」、「納期・スケジュール管理や業務の品質管理」が一まとまりとなって提供されるもので、割合、実数からみて、主として担っているのは、株式会社や有限会社等の民間企業である。他にも第3セクターや任意団体、NPO法人、社団・財団法人がこうした機能を提供している。業種でみると、情報システム・ソフト開発／通信・ネットワーク／ホームページの企画・制作、運用・メンテナンス／データ入力、DTP／ライティング、編集、出版、翻訳／デザイン、設計、各種クリエイティブの業種に片寄っている。スタッフ（社員）数が10人未満で自身もSOHO事業者ともいえる企業規模のものが全体の6割以上を占め、そのうちの半数は5～9人の企業である。年間売上高では1000～5000万円が3割弱、5000万円超の企業も6割近くとなる。SOHO支援業務が全業務のなかに占める割合は、公的セクターと比較すると高い比率となっており、専門に近くSOHO支援を行っている団体（企業）も2割存在する。所在地が首都圏と大阪圏に集中している点に大きな特徴があり、これは仕事の営業先にあたる大手・中堅企業が集中していることに理由がある。このグループは、SOHO事業者の仕事関連を直接的に支援するという意味で「仕事支援型」と名づける。

3-1-2 支援タイプ「環境整備型」の支援団体

2つ目の支援タイプは「相談やコンサルテーション等の実施」、「経理・税務や申告書類の作成等の事務代行」、「金融機関の紹介等ファイナンス面での支援」の支援機能が一まとまりとなって提供されるもので、主として担うのは商工会議所・商工会とSOHO支援を行う個人である。「相談やコンサルテーション等の実施」は、他の組織形態の団体によっても提供されているが、とくに商工会議所・商工会にとっては大きな位置づけを占める支援サービスとなっている。SOHO支援を行う個人とは司法書士などの「士業」やコンサルタントなどである場合が多いが、とくに「経理・税務や申告書類の作成等の事務代行」の支援機能は個人によって担われている割合が高い。このグループを提供している主体の業種は、経理、労務、法務サービスや総務、人事、人材教育サービスに片寄る。SOHO支援を行う商工会議所・商工会は全国に存在するが、今回の調査では首都圏、大阪圏での数が少なくなっており7割以上は地方からの回答であった。年間

売上高規模は100万円未満の回答が4割を超えるなど大きくない。一方SOHO支援を行う個人は年間売上高が500～1000万円未満の層が4割強を占め、1000～5000万円の層が約3割であり、近畿地方（大阪圏）に所在する層が比較的多い。また7割が設立後5年以内であり事業を始めて間もない層が大半である。このグループは、SOHO事業者の仕事環境を整える背景的な支援を行っているという意味で、「環境整備型」と名づける。

【図表 3-1-1 SOHO支援の現状による支援策の整理・分類】

支援タイプ	支援内容	担っている組織形態	支援団体の業種	提供主体に関するその他の特徴
仕事支援型	SOHO事業者の仕事関係を直接的に支援（仕事の紹介・斡旋、条件交渉・契約サポート、仕事の受発注、納期・品質管理。付随してセキュリティ情報の提供等）	民間企業が中心 〔他に第3セクター、任意団体〕	情報システム・ソフト開発／通信・ネットワーク／ホームページの企画・制作、運用・メンテナンス／データ入力、DTP／ライティング、編集、出版、翻訳／デザイン、設計、各種クリエイティブ	○スタッフ数は10人未満が6割（5-9人が3割）、年間売上は5000万円超が6割 ○SOHO支援専門企業も2割 ○大手企業がある首都圏・大阪圏に集中（民間企業の特徴）
環境整備型	SOHO事業者の仕事環境を整える背景的な支援（相談・コンサル、事務代行、金融関係の支援など）	商工会議所・商工会や個人（士業）が中心 〔他に自治体、社団・財団法人〕	経理、労務、法務サービス／総務、人事、人材教育サービス	○7割は地方の団体 ○年間売上規模は小（商工会等の特徴） ○年間売上は1000万円未満が4割強 ○設立5年以内が7割（個人の特徴）
交流・研修型	交流イベントや交流の場の提供、研修セミナーの実施	NPO法人が中心 〔他に社団・財団法人や自治体〕	パソコン等の各種研修提供／総務、人事、人材教育サービス／広報宣伝、マーケティング、市場調査	○設立5年以内が7割 ○特定の活動分野 ○2～4人が4割弱、年間売上1000万円未満が9割超（NPO法人の特徴）
スペース提供型	オフィススペース（インキュベーションブース等）の提供	自治体が中心 〔他に民間企業や社団・財団法人、第3セクターなど公的セクター〕	（施設の管理運営）	○都道府県の8割弱がSOHO支援を実施 ○市区町村では逆に85%が実施していない（自治体の特徴）

3-1-3 支援タイプ「交流・研修型」の支援団体

3つ目の支援タイプは「SOHO事業者向けの研修やセミナー等の実施」と「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」を提供するものであるが、中心的に担っている主体はNPO法人である。NPO法人はこの5年以内の設立が7割以上を占めるなど最近設立されてSOHO支援

を行うようになった団体であり、定款の活動内容には「情報化社会の発展」や「まちづくり」、「職業能力の開発や雇用機会の拡充」、「経済活動の活発化」などをうたう。スタッフ数は2~4人の層が4割弱を占め、年間売上高は1000万円未満が9割を超え100万円未満も2割ある。このグループの支援機能は他にも社団・財団法人や自治体によっても担われる。業種では、パソコン等の各種研修提供/総務、人事、人材教育サービス/広報宣伝、マーケティング、市場調査と回答されている。このタイプは「交流・研修型」と名づける。

3-1-4 支援タイプ「スペース提供型」の支援団体

4つ目の支援タイプは「オフィススペース（インキュベーションブース等）の提供」である。この機能・サービスは、自治体によって提供されている割合が圧倒的に高いが、社団・財団法人や第3セクター等の公的セクターや民間企業によっても担われている。このタイプは「スペース提供型」と名づける。

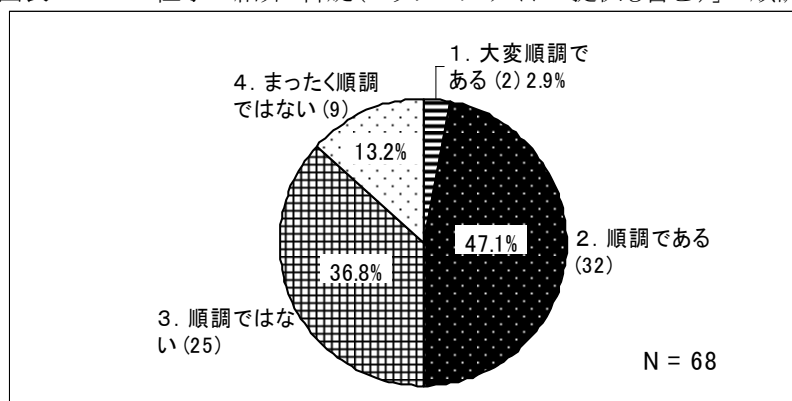
3-2 成功・失敗要因の分析

3-2-1 支援タイプ別成功・失敗の現状

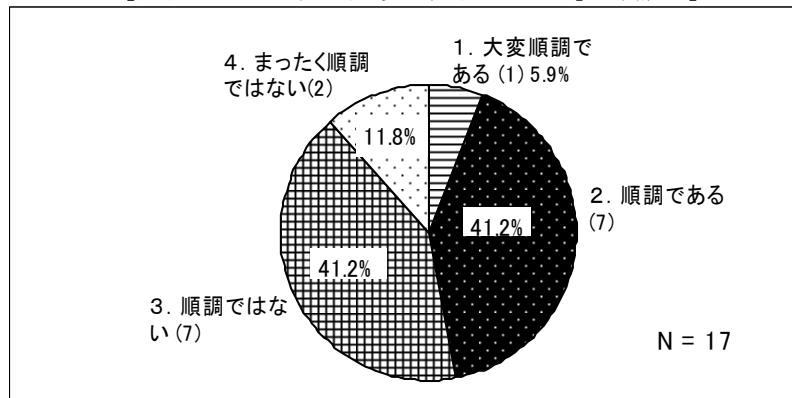
SOHO支援団体が行っている各支援機能・サービスのなかの代表的な6つの支援機能・サービスについては、順調であるか順調でないかについての質問を行った。順調か否かに対する回答を、以下では成功しているか失敗しているか、と置き換えて検討していくが、前述した4つの支援タイプに分けて現状を分析する。

支援タイプ「仕事支援型」に属する4つの支援策（仕事の紹介・斡旋（マッチングサイトの提供も含む）、代理交渉や契約サポート、仕事の受注と発注、納期管理や品質管理）については、納期管理や品質管理を除いて、ほぼ順調（成功）と順調でない（失敗）の回答は、拮抗している（図表3-2-1、3-2-2、3-2-3、3-2-4）。

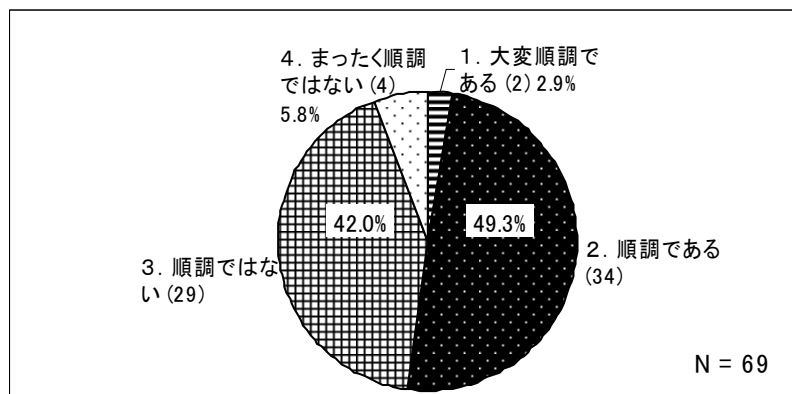
【図表 3-2-1 「仕事の紹介・斡旋（マッチングサイトの提供も含む）」の順調さ】



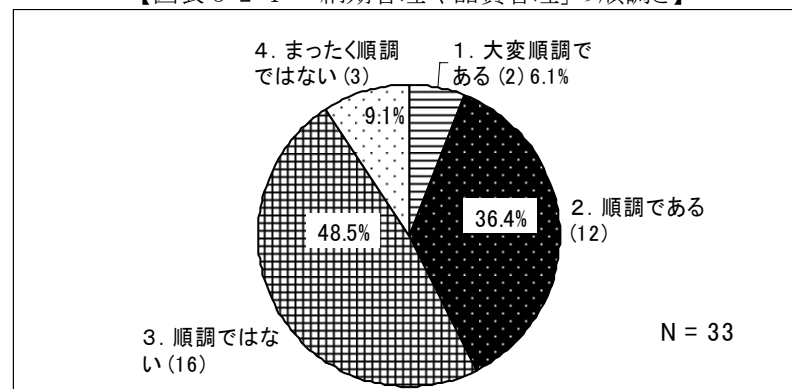
【図表 3-2-2 「代理交渉や契約サポート」の順調さ】



【図表 3-2-3 「仕事の受注と発注」の順調さ】

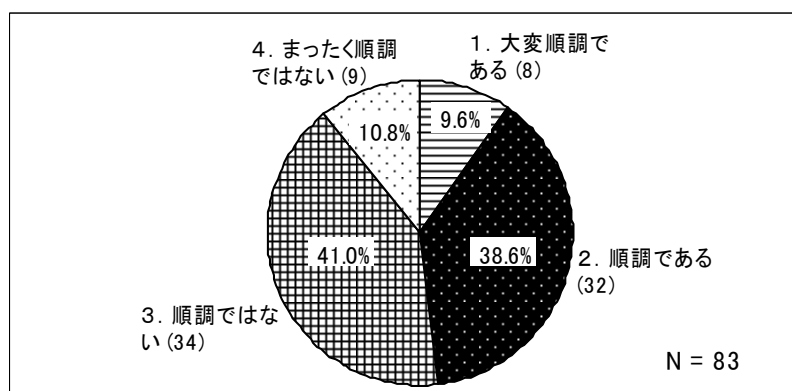


【図表 3-2-4 「納期管理や品質管理」の順調さ】



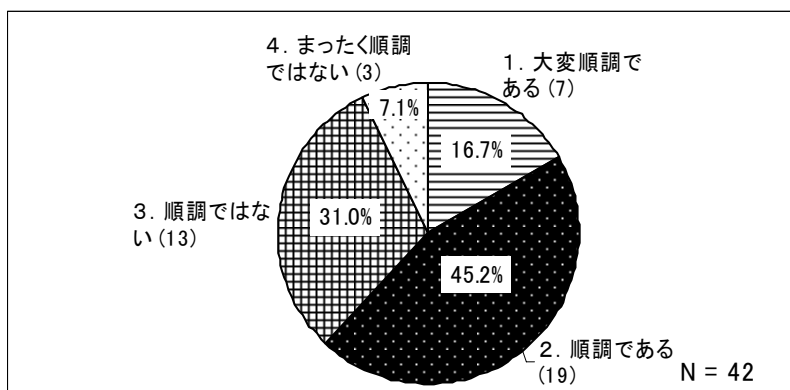
支援タイプ「環境整備型」に属する「相談やコンサルテーションの実施」についても、順調と順調でないは、ほぼ半々である（図表 3-2-5）。

【図表 3-2-5 「相談やコンサルテーション等の実施」の順調さ】



支援タイプ「交流・研修型」に属する「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」については、「大変順調である」と「順調である」を合わせると6割以上が「順調」と回答しており、既述した6つの支援サービスの中ではもっとも成功している割合が高い（図表 3-2-6）。

【図表 3-2-6 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」の順調さ】



3-2-2 支援タイプ別成功・失敗の要因

(1) 支援タイプ「仕事支援型」における成功・失敗要因

図表 3-2-7 は、「SOHO事業者への仕事の紹介・斡旋（マッチングサイトの提供も含む）」という支援機能・サービスについて、順調と回答した団体に対して、その要因を聞いた質問の回答でYesと答えている項目を、割合の高い順に並べたものである。

Yesの回答割合の大きい項目は「仕事を紹介・斡旋するためのスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている」、「発注者とSOHO事業者との間の信頼関係が十分にとれている」で8割を超え、こうした項目が支援団体の成功を導いている要因と考えられる。

また、「業務契約には関係しないが、仕事の成果に瑕疵があった場合やSOHO事業者側の理由で納期が遅れた場合などSOHO事業者と責任分担して処理する」も7割がYesと回答している。

一方、図表 3-2-8 では、順調ではないと回答した団体が、Noと回答した項目を、割合が高い順に示したものである。

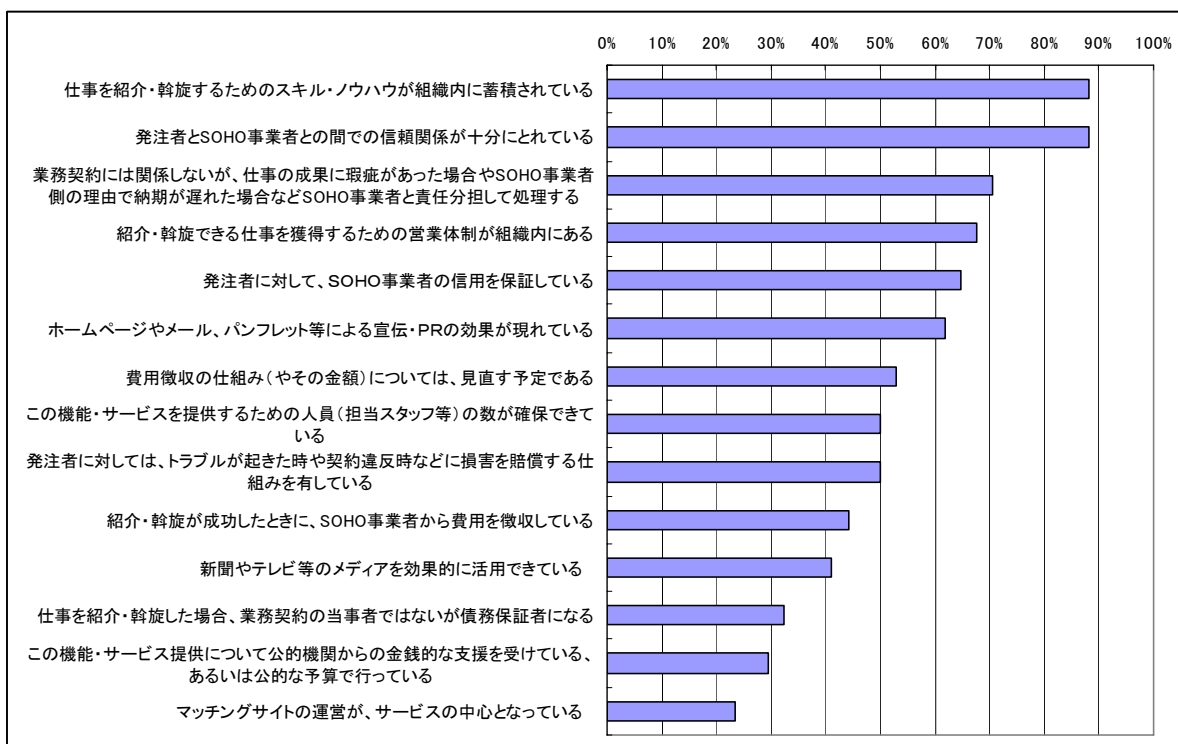
Noの回答割合の大きい項目は、「新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている」、「仕事を紹介・斡旋した場合、業務契約の当事者ではないが債務保証者になる」、「この機能・サービス提供について公的機関からの金銭的な支援を受けている、あるいは公的な予算で行っている」で、これらはいずれも8割を超える。また「マッチングサイトの運営が、サービスの中心となっている」、「発注者に対しては、トラブルが起きた時や契約違反時などに損害を賠償する仕組みを有している」も7割を超えている。

失敗している団体が、どのような事柄についてできていないかが失敗要因であると考えられるが、結果からは①メディアの有効活用、②債務保証や損害賠償の仕組みなど発注者に対しての何なりかの保障、などが浮かび上がってくる。とくに②は発注者の信用を得て仕事を得るために大きな要素である。メディア活用も含めて、信用獲得ができていないと失敗に陥ってしまうといった傾向がわかる。

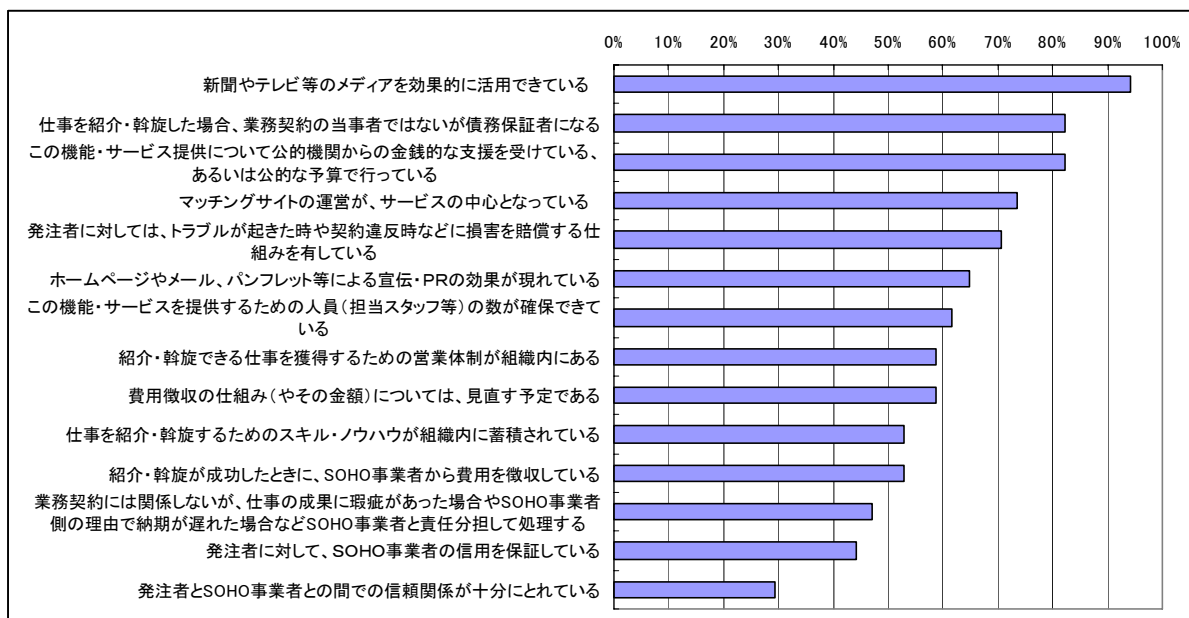
また、公的支援が少ないことが失敗要因としてあがっているが、現状において、利益率が低い

等のため、業務としては成り立ちにくいと推測される。

【図表 3-2-7 「仕事の紹介・斡旋」で順調団体が Yes と回答している項目】



【図表 3-2-8 「仕事の紹介・斡旋」で順調でない団体が No と回答している項目】



図表 3-2-9 は、「仕事の条件についての代理交渉や契約サポート」についての集計結果である。順調と回答した団体が Yes と答えている項目は、上位から 6 項目までが 7 割を超えている。

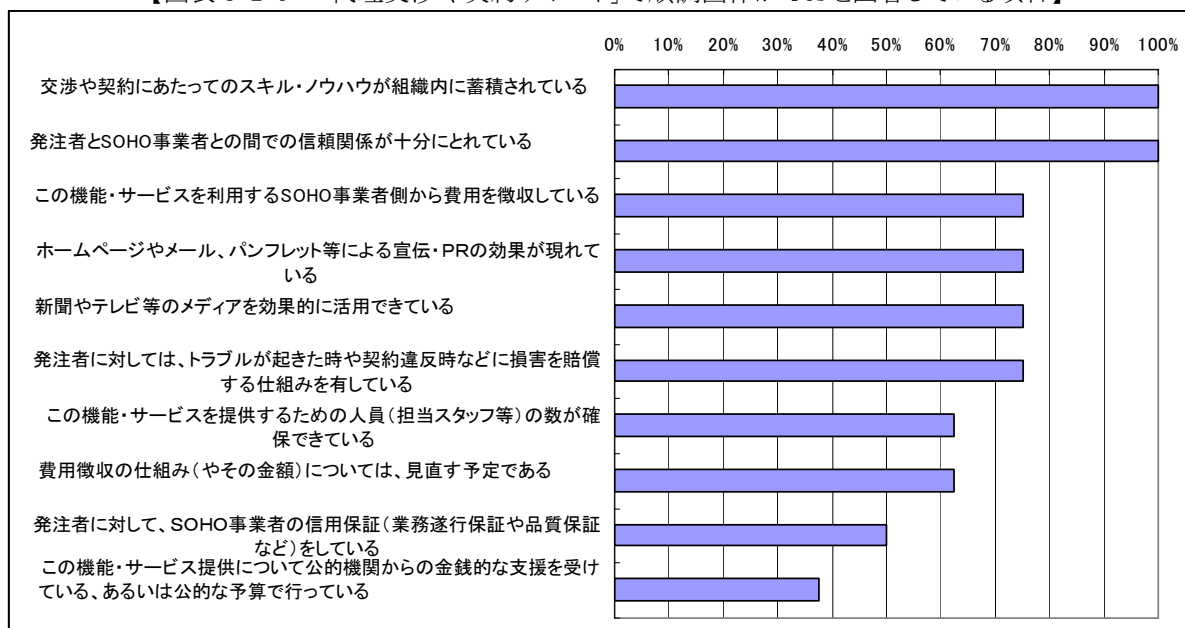
「交渉や契約にあたってのスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている」は、仕事の紹介・斡旋と同様に成功要因としてまずあがってくるものである。ここでは「この機能・サービスを利用する SOHO 事業者側から費用を徴収している」が成功している団体で 7 割を超える Yes 回答となっ

ている点に注目したい。代理交渉や契約サポートを有料で行っていることが成功の要因となっていることがわかる。

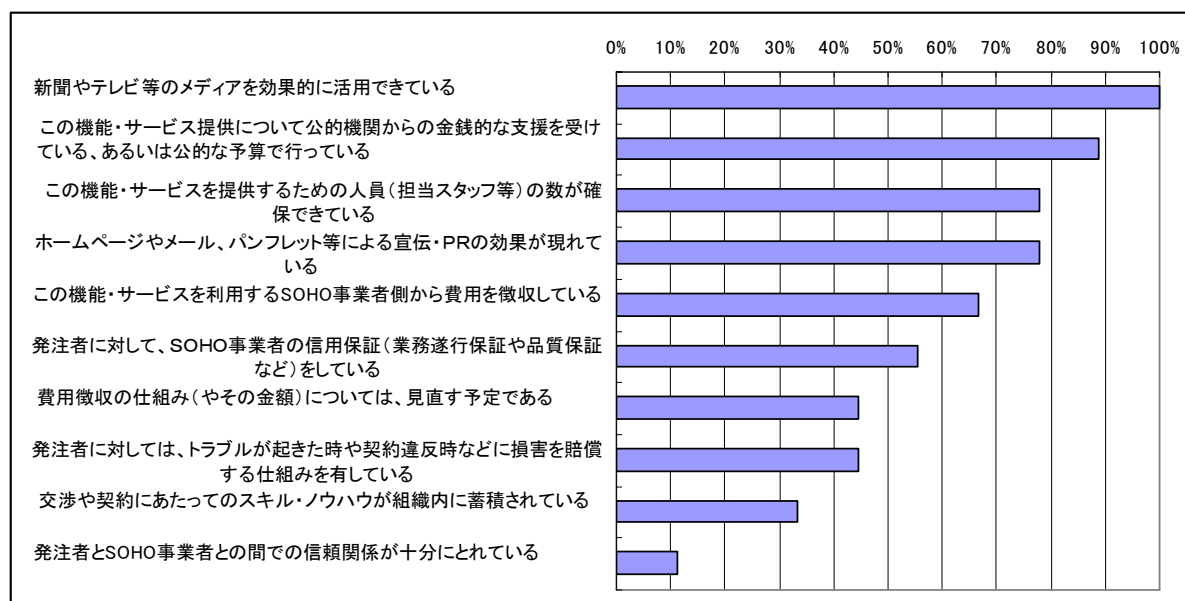
宣伝・PRについては、「ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている」だけでなく「新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている」も上位にあがっており、PR効果を高めることも成功要因であることがわかる。

また、順調でないという回答した団体が No と答えている項目（図表 3-2-10）でも、宣伝・PRの項目が失敗要因として上位にあがってきており、上記の点を補強している。またこの支援機能・サービスにおいても公的支援があることが失敗しない要因としてあげられている。さらに人材・人員の確保も失敗しない要因としてあげることができる。

【図表 3-2-9 「代理交渉や契約サポート」で順調団体が Yes と回答している項目】



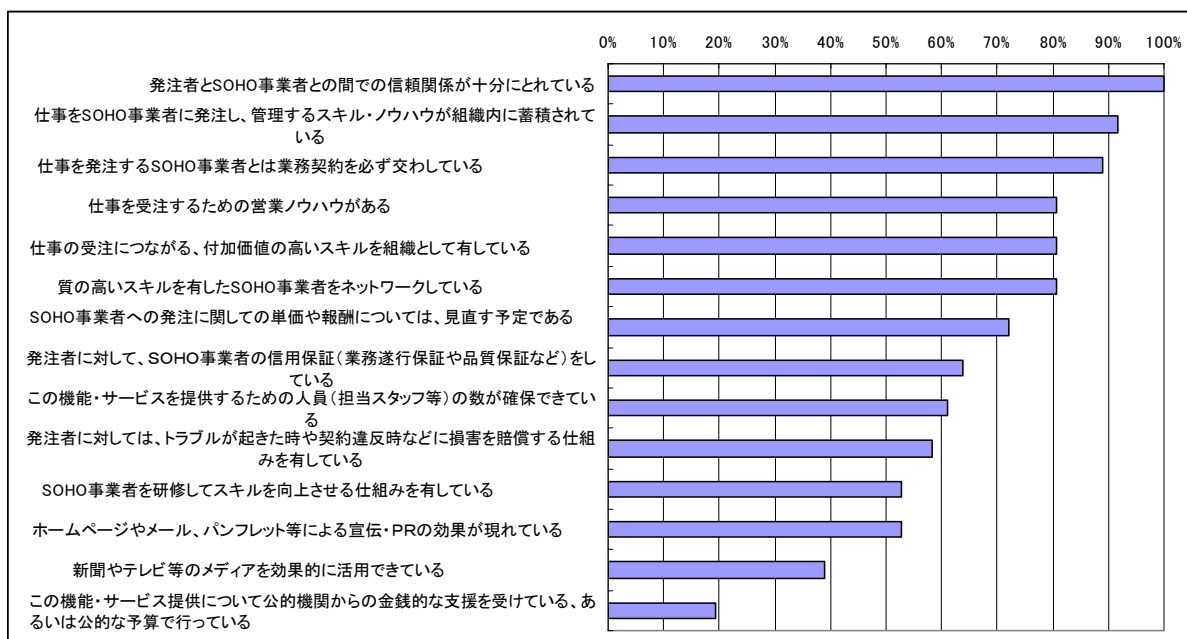
【図表 3-2-10 「代理交渉や契約サポート」で順調でない団体が No と回答している項目】



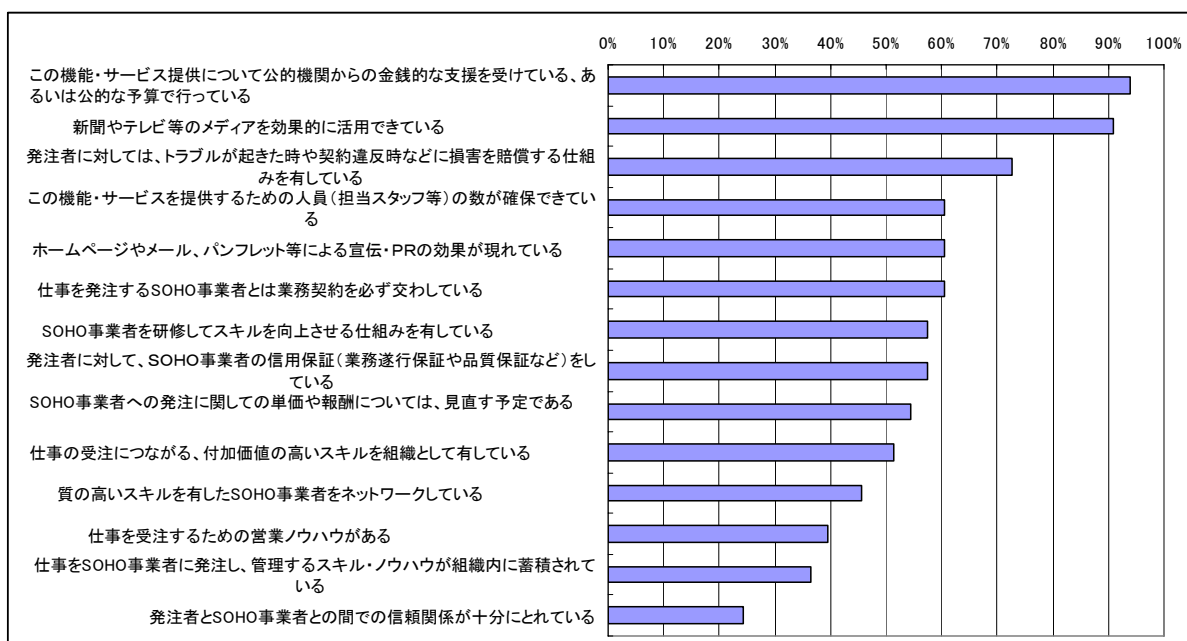
図表 3-2-11 は、「SOHO事業者向けの仕事の受注とSOHO事業者への仕事の発注」についての結果である。順調と回答した団体が Yes と答えている項目は、上位から7項目までが7割を超えている。

スキル・ノウハウ面では「仕事をSOHO事業者に発注し管理するスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている」だけでなく「仕事を受注するための営業ノウハウがある」や「仕事の受注につながる、付加価値の高いスキルを組織として有している」も上位にあがっている。ネットワークしている人材面では「質の高いスキルを有したSOHO事業者をネットワークしている」が成功要因としてあがっている。また「仕事を発注するSOHO事業者とは業務契約を必ず交わしている」が成功要因としてあがってきている点は注目される。

【図表 3-2-11 「仕事の受注と発注」で順調団体が Yes と回答している項目】



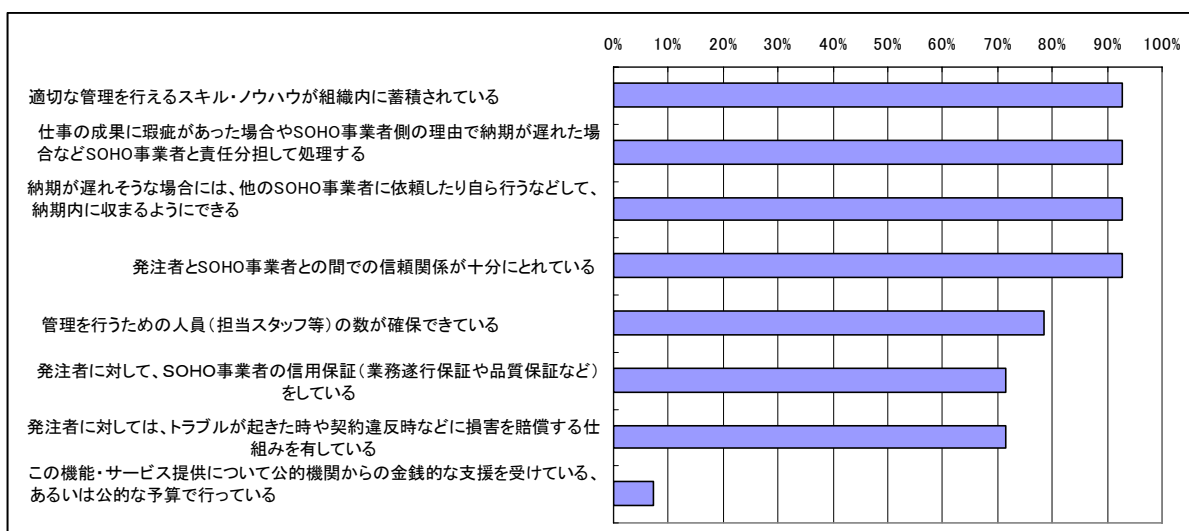
【図表 3-2-12 「仕事の受注と発注」で順調でない団体が No と回答している項目】



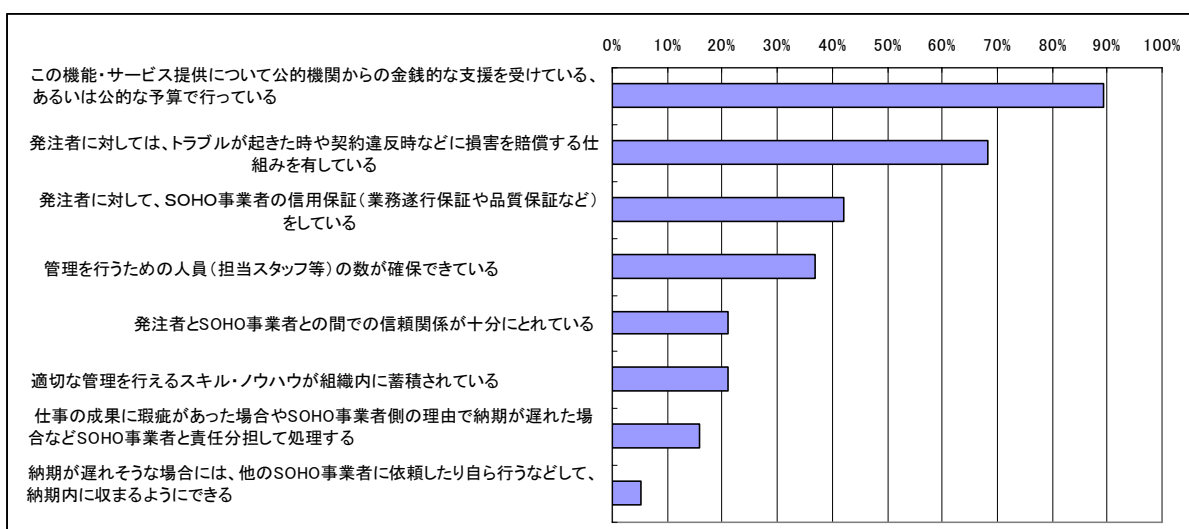
一方、順調でないとは回答した団体が No と答えている項目（図表 3-2-12）では、公的支援がないことや宣伝・PRがうまくいっていないことが失敗要因として上位にあがってきている点は、他の支援サービスと同様であるが、「発注者に対しては、トラブルが起きた時や契約違反時などに損害を賠償する仕組みを有している」に対して No と回答している場合、失敗の割合が高いという点は注目される。

図表 3-2-13 は、「納期・スケジュール管理や業務の品質管理」についての結果である。順調と回答した団体はほとんどの項目で Yes と答えている。一方、順調でないとは回答した団体が No と答えている項目（図表 3-2-14）では、公的支援がないことが失敗要因として上位にあがっている。一失敗しないために、とくにスキル・ノウハウ面に関して留意する点は何か。

【図表 3-2-13 「納期管理や品質管理」で順調団体が Yes と回答している項目】



【図表 3-2-14 「納期管理や品質管理」で順調でない団体が No と回答している項目】



図表 3-2-15 では、図表 3-2-7 から図表 3-2-14 までの 8 つのグラフから、回答割合が 7 割以上の項目を抽出し、一つの表にまとめたものである。ここでは、①スキル・ノウハウ面、②人材・

人員面、③採算性に関わる面、④宣伝・PR面、⑤マネジメント面の5つの面に分けて、抽出された内容を分類した。各面における具体的な内容（スキル・ノウハウの内容等）はグループインタビュー調査結果をもとに後述するが、同調査の質問項目は以下の通りである。

①スキル・ノウハウ面

－支援タイプ「仕事支援型」に属する4つの項目それぞれにスキル・ノウハウが必要とされるが、その具体的な内容はどのようなものか。

②人材・人員面

－質の高いSOHO事業者を確保、ネットワークするための方策は何か。
 －代理交渉・契約サポートでは、スタッフの人員数を揃えることが失敗しない要因なのか。またその理由は何か。

③採算性に関わる面

－代理交渉や契約サポートのサービスでは、費用を徴収することが成功につながるのか。
 －発注にあたっては単価や報酬はどのようにして決めているのか。また状況に応じて見直すものなのか。
 －公的な支援がないと失敗する可能性が高いのか。

④宣伝・PR面

－新聞やテレビ等のメディアの活用はどのようにしているのか。それは失敗しないために必須なものなのか。
 －ホームページやメール、パンフレット等での宣伝・PRに関して留意する点は何か。

⑤マネジメント面

－発注者とSOHO事業者との信頼関係はどのように構築しているのか。
 －発注者からの信頼を得るためにどのようなことをしているか。こうした面において失敗しないためのアドバイスはあるか。

【図表 3-2-15 「仕事支援型」における成功・失敗要因】

支援内容	成功要因	失敗要因
仕事の紹介・斡旋	<p>【スキル・ノウハウ面】 ●仕事を紹介・斡旋するためのスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている</p> <p>【マネジメント面】 ●発注者とSOHO事業者との間での信頼関係が十分にとれている ●業務契約には関係ないが、仕事の成果に瑕疵があった場合やSOHO事業者側の理由で納期が遅れた場合などSOHO事業者と責任分担して処理する</p>	<p>【採算性に関わる面】 ▲この機能・サービス提供について公的機関からの金銭的な支援を受けていない、あるいは公的な予算で行っていない</p> <p>【宣伝・PR面】 ▲各種のメディアを効果的に活用できず、支援機能の内容を伝え切れていない</p> <p>【マネジメント面】 ▲仕事を紹介・斡旋した場合、債務保証の仕組みを有していない ▲マッチングサイトの運営が、サービスの中心となっていない ▲トラブルが起きた時や契約違反時などに損害を賠償する仕組みを有していない</p>
代理交渉や契約サポート	<p>【スキル・ノウハウ面】 ●交渉や契約にあたってのスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている</p> <p>【採算性に関わる面】 ●この機能・サービスを利用するSOHO事業者側から費用を徴収している</p> <p>【宣伝・PR面】 ●ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている</p>	<p>【人材・人員面】 ▲この機能・サービスを提供するための人材・人員（担当スタッフ等）が確保できていない</p> <p>【採算性に関わる面】 ▲この機能・サービス提供について公的機関からの金銭的な支援を受けていない、あるいは公的な予算で行っていない</p> <p>【宣伝・PR面】 ▲各種のメディアを効果的に活用できず、支援</p>

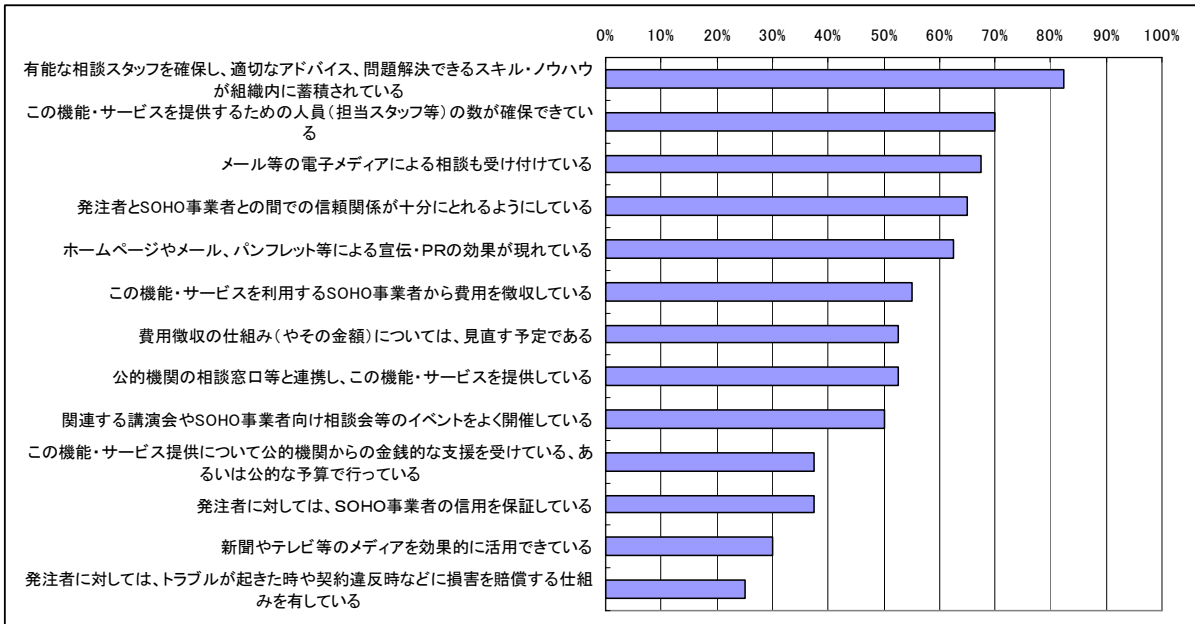
	<ul style="list-style-type: none"> ●新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている <p>【マネジメント面】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●トラブルが起きた時や契約違反時などに損害を賠償する仕組みを有している ●発注者とSOHO事業者との間での信頼関係が十分にとれている 	<p>機能の内容を伝え切れていない</p> <p>▲ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れていない</p>
仕事の受注と発注	<p>【スキル・ノウハウ面】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●仕事をSOHO事業者が発注し、管理するスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている ●仕事を受注するための営業ノウハウがある ●仕事の受注につながる、付加価値の高いスキルを組織として有している <p>【人材・人員面】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●質の高いスキルを有したSOHO事業者をネットワークしている <p>【採算性に関わる面】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●SOHO事業者への発注についての単価や報酬については、見直す予定である <p>【マネジメント面】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●発注者とSOHO事業者との間での信頼関係が十分にとれている ●仕事を発注するSOHO事業者とは業務契約を必ず交わしている 	<p>【採算性に関わる面】</p> <p>▲この機能・サービス提供について公的機関からの金銭的な支援を受けていない、あるいは公的な予算で行っていない</p> <p>【宣伝・PR面】</p> <p>▲各種のメディアを効果的に活用できず、支援機能の内容を伝え切れていない</p> <p>【マネジメント面】</p> <p>▲トラブルが起きた時や契約違反時などに損害を賠償する仕組みを有していない</p>
納期管理や品質管理	<p>【スキル・ノウハウ面】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●適切な管理を行えるスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている <p>【人材・人員面】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●管理を行うための人材・人員（担当スタッフ等）が確保できている <p>【マネジメント面】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●仕事の成果に瑕疵があった場合やSOHO事業者側の理由で納期が遅れた場合などSOHO事業者と責任分担して処理する ●納期が遅れそうな場合には、他のSOHO事業者に依頼したり自ら行うなどして、納期内に収まるようにできる ●発注者とSOHO事業者との間での信頼関係が十分にとれている ●SOHO事業者の信用保証（業務遂行保証や品質保証等）をしている ●トラブルが起きた時や契約違反時などに損害を賠償する仕組みを有している 	<p>【採算性に関わる面】</p> <p>▲この機能・サービス提供について公的機関からの金銭的な支援を受けていない、あるいは公的な予算で行っていない</p>

(2) 支援タイプ「環境整備型」における成功・失敗要因

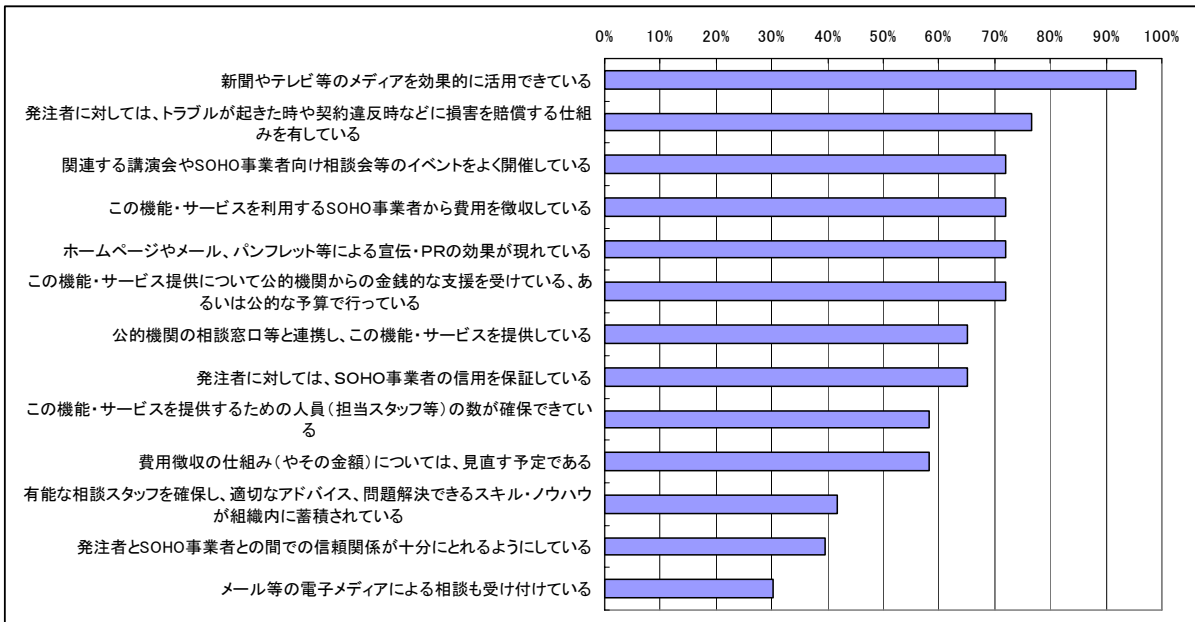
図表 3-2-16 は、「環境整備型」の主要な支援機能として位置づけられた「相談やコンサルティングの実施」についての結果である。順調と回答した団体は「有能な相談スタッフを確保し、適切なアドバイス、問題解決できるスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている」という質問に対して、8割以上の団体が Yes と回答している。このスキル・ノウハウがあることが、成功要因であると考えられる。

一方、順調でないと回答した団体が No と答えている項目（図表 3-2-17）では、メディアの効果的活用など宣伝PRができていないこと、公的支援がないこと、費用を徴収していないことなどが失敗要因として上位にあがってきている。また「関連する講演会やSOHO事業者向け相談会等のイベントをよく開催している」に対して Yes と回答できない事も失敗の要因となっている。

【図表 3-2-16 「相談やコンサルテーション等の実施」で順調団体が Yes と回答している項目】



【図表 3-2-17 「相談やコンサルテーション等の実施」で順調でない団体が No と回答している項目】



図表 3-2-18 は、図表 3-2-16、17 のグラフから、回答割合が 7 割以上の項目を抽出したものである。5 つの面におけるグループインタビュー調査での質問項目は以下の通りである。

①スキル・ノウハウ面

－相談やコンサルテーションについて具体的なスキル・ノウハウ内容は何か。

②人材・人員面

－相談・コンサルテーションでは、人材・人員（担当スタッフ等）を揃えることが成功につながるのか。

③採算性に関わる面

- －公的な支援がないと失敗する可能性が高いのか。
- －相談やコンサルテーションでは費用徴収を行っているか。それが失敗しない要因となっているのか。
- ④宣伝・PR面
 - －新聞やテレビ等のメディアの活用、あるいはホームページやメール、パンフレット等での宣伝・PRはどのようにしているのか。それは失敗しないために必要なものなのか。
- ⑤マネジメント面
 - －相談やコンサルテーションに関して留意する点は何か。

【図表 3-2-18 「環境整備型」における成功・失敗要因】

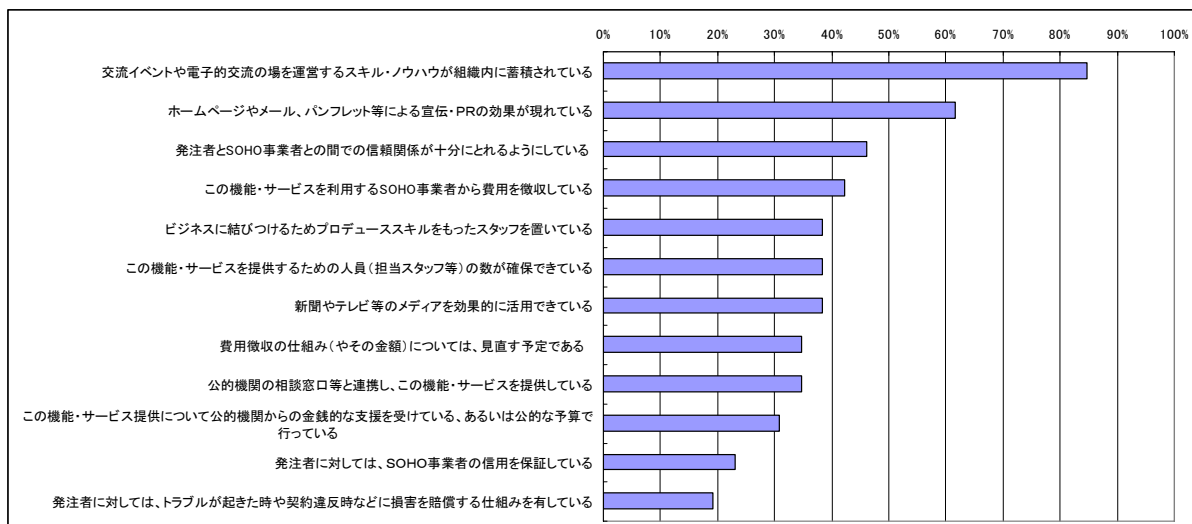
支援内容	成功要因	失敗要因
相談やコンサルテーション	<p>【スキル・ノウハウ面】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●有能な相談スタッフを確保し、適切なアドバイス、問題解決できるスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている <p>【人材・人員面】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●この機能・サービスを提供するための人材・人員（担当スタッフ等）が確保できている 	<p>【採算性に関わる面】</p> <ul style="list-style-type: none"> ▲この機能・サービスを利用するSOHO事業者から費用を徴収していない ▲この機能・サービス提供について公的機関からの金銭的な支援を受けていない、あるいは公的な予算で行っていない <p>【宣伝・PR面】</p> <ul style="list-style-type: none"> ▲メディアを活用して相談業務等を告知する場合、伝達する内容に訴求力が乏しい ▲ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れていない <p>【マネジメント面】</p> <ul style="list-style-type: none"> ▲関連する講演会やSOHO事業者向け相談会等のイベントをよく開催していないこと ▲トラブルが起きた時や契約違反時などに損害を賠償する仕組みを有していない

（3）支援タイプ「交流・研修型」における成功・失敗要因

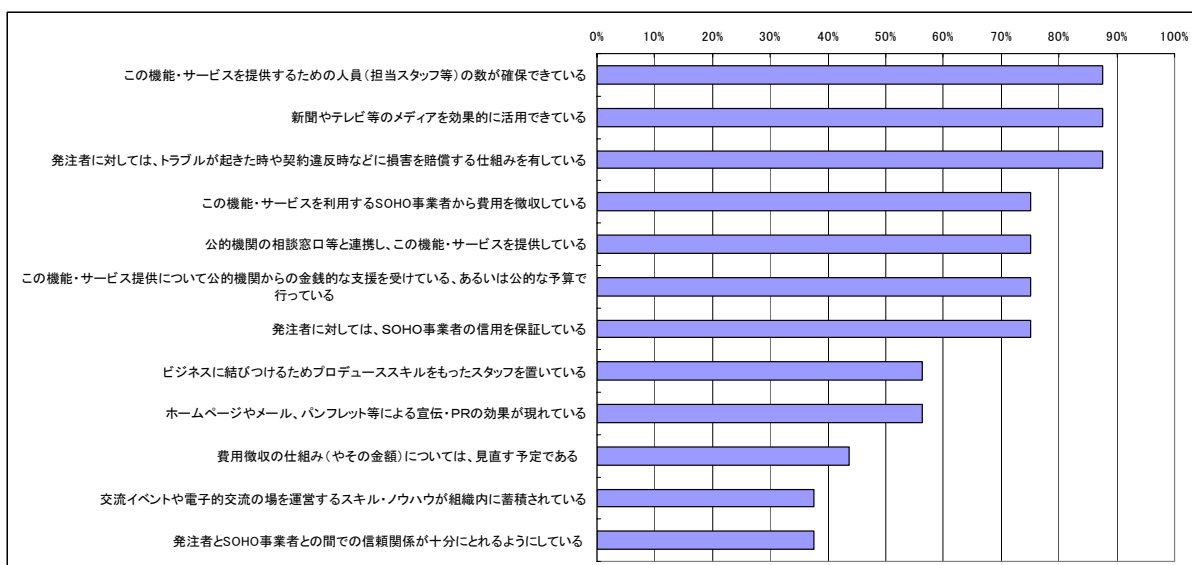
図表 3-2-19 は、「交流・研修型」の代表的な支援機能である「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」についての結果である。順調と回答した団体では「交流イベントや電子的交流の場を運営するスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている」という質問に対して、8割以上の団体が Yes と回答している。このスキル・ノウハウがあることが、成功要因であると考えられる。

一方、順調でないと回答した団体が No と回答している項目（図表 3-2-20）では、人員（担当スタッフ等）の数が確保できないこと、メディアの効果的活用など宣伝PRができていないこと、公的支援がないこと、費用を徴収していないことなどが失敗要因として上位にあがってきている。公的支援については公的機関の相談窓口等と連携ができていないことも失敗の要因としてあがってきている。

【図表 3-2-19 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」で順調団体が Yes と回答している項目】



【図表 3-2-20 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」で順調でない団体が No と回答している項目】



図表 3-2-21 は、図表 3-2-19、20 のグラフから、回答割合が 7 割以上の項目を抽出したものである。

また、5 つの面におけるグループインタビュー調査での質問項目は以下の通りである。

①スキル・ノウハウ面

－交流イベントや電子的交流の場の運営やあるいは研修・セミナー等の実施について具体的なスキル・ノウハウの内容はどのようなものか。

②人材・人員面

－交流イベントや電子的交流の場の運営あるいは研修・セミナー等の実施では、スタッフ人員数を揃えることで失敗を防げるのか。

③採算性に関わる面

－公的な支援がないと失敗する可能性が高いのか。

－交流イベントや電子的交流の場の運営あるいは研修・セミナー等の実施では費用徴収を行っているか。それが失敗しない要因となっているか

④宣伝・PR面

－新聞やテレビ等のメディアの活用、あるいはホームページやメール、パンフレット等での宣伝・PRはどのようにしているのか。それは失敗しないために必須なものなのか。

⑤マネジメント面

－交流イベントや電子的交流の場の運営あるいは研修・セミナー等の実施に関して留意する点は何か。

【図表 3-2-21 「交流・研修型」における成功・失敗要因】

支援内容	成功要因	失敗要因
交流の場の提供	<p>【スキル・ノウハウ面】 ●交流イベントや電子的交流の場を運営するスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている</p> <p>【人材・人員面】 ●交流イベントや電子的交流の場を運営するスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている</p>	<p>【人材・人員面】 ▲この機能・サービスを提供するための人員(担当スタッフ等)の数が確保できていない</p> <p>【採算性に関わる面】 ▲この機能・サービスを利用するSOHO事業者から費用を徴収していない ▲この機能・サービス提供について公的機関からの金銭的な支援を受けていない、あるいは公的な予算で行っていない</p> <p>【宣伝・PR面】 ▲交流の場の開催や参加することの魅力について伝え切れていない</p> <p>【マネジメント面】 ▲この機能・サービスの提供等にあたって、公的機関の相談窓口と連携していない ▲発注者に対しては、SOHO事業者の信用を保証していない ▲トラブルが起きた時や契約違反時などに損害を賠償する仕組みを有していない</p>

3-2-3 グループインタビューの結果からみる成功・失敗の要因

(1) スキル・ノウハウ面

自治体を除くSOHO支援団体を対象としたグループインタビュー調査結果を通じて、アンケート調査だけでは十分に拾いきれない支援団体の成功・失敗の要因を探った。

アンケート調査結果からは、スキル・ノウハウの有無が成功要因となることがわかった。具体的にはどのような内容を指しているのであろうか。営利団体を5団体集めたグループインタビュー調査では、まずSOHO事業者への対応に関するスキル・ノウハウとして下表のような意見があった。

支援タイプ	スキル・ノウハウの具体的内容／失敗しないために(1)
仕事支援型について	<p>1) SOHO事業者は在宅で勤務をしており自由な時間に働けることを前提としているので、その点を踏まえた上で業務スケジュールを立てるなり、メール等で指示を出すなりしている(民間企業)</p> <p>2) フルタイムで働く人に対する仕事の出し方も考えて、昼間だけとかフルタイムでとかそれぞれ仕事する個人に合わせて仕事を出すようにしている(民間企業)</p>

3) SOHO事業者と、一緒になって悩み考えるような姿勢を貫いているが、一方でそのSOHO事業者が業務上で問題を起した時にはその対処や処分を明確にしたり、また一人一人が負うリスクを抑えるためにも、発注時には業務を小分けにして分散して契約するなど、リスク分散の仕組みを作り上げている（事業協同組合）

1)、2)のように、SOHO事業者の都合や状況をよく把握し理解したうえでの対応が行われていることがわかる。また、3)のように、マネジメント面での工夫もなされていることがわかる。

「仕事の受注と発注」に関する成功の要因として、アンケート調査では「仕事をSOHO事業者が発注し管理するスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている」だけでなく「仕事を受注するための営業ノウハウがある」や「仕事の受注につながる、付加価値の高いスキルを組織として有している」があがっている。この点についてグループインタビュー調査では、自治体からの仕事を受託している実績ある支援団体から、4)のような意見があった。

自治体の担当者が発注仕様を記述する際に、自分の会社が得意とする内容を書き込んでもらえるように担当者と十分にコミュニケーションをとるといった工夫がこの団体を成功に導いている。他にも5)のような発言もあり、それぞれの団体に応じた付加価値の高いスキル・ノウハウの蓄積が成功・失敗を分ける要因となっている。6)も含めて、その企業・団体なりの独自のビジネスモデルが重要であるということを強調する者が多かった。

支援タイプ	スキル・ノウハウの具体的内容／失敗しないために（2）～とくに営業面
仕事支援型について	<p>4) 仕事の受注は、普段営業に廻るときから他社にない内容面での気遣いやノウハウ蓄積、細かい努力と情報セキュリティに十分配慮した品質を売りにしている。発注者が発注仕様を決める際に自社が得意とする内容を盛り込んでもらえるようにしている（民間企業）</p> <p>5) 他社にはできない情報セキュリティに配慮したデータエントリーのスキル・ノウハウを有している点が営業上の優位点である。品質がしっかりしていることは最低限必要なことであり、仕事を取るためにはそれ以上の独自さが必要。そこで他にはない売りとして情報セキュリティデータエントリーを推進してきた。</p> <p>6) その企業や団体なりのオリジナリティの高いビジネスモデルがないとやっていけないと思い、ITの資格制度をベースとして、その資格をとった人が地域地域でネットワークの設定サポートをするなど、必要とされているサポート要員として働けるような仕事づくりを行ってきた。地方ではこうしたサポート技術員が少ない点に着目した（民間企業）</p>

6)～8)は、全国的にSOHO事業者層を組織化してIT系の訪問サポートサービス等を提供している支援団体の発言であるが、とくに7)、8)、9)は成功要因としてアンケート調査からも挙がっていた「仕事を受注するための営業ノウハウがある」の内容の一つといえる。

営業マンやサービスを提供する人材が多ければそれにこしたことはないが、現実には人材を雇うには経費がかかり、当初から人材を増やせるわけではない。初期段階の団体では10)のように、まだ営業マンは代表者のみである場合も多い。この場合、トップ営業がこのSOHO支援団体を

支えており、設立当初はこうしたパターンが大半であろう。そこを乗り切れるかどうかは成功・失敗の分かれ目となる。

支援タイプ	スキル・ノウハウの具体的内容／失敗しないために（３）～とくに営業面
仕事支援型 について	<p>7) 営業マンは発注者の要望により、フレキシブルに対応している。IT人材の送り込みが今のメイン業務のひとつだが、人の質を決めてから、発注者の要望に対応している。要望に応じた人を派遣する為にSOHO事業者をネットワーク化しているわけだが、いい人材が見つからない場合はこちらから積極的に人材を探しにも行く（民間企業）</p> <p>8) インターネット上のサイトに自社の特徴をはっきり載せておくと声がかかる。その場合、初回だけは価格を下げることや、その他にも訪問設定などいくつかの業務については価格を下げると後に繋がる（民間企業）</p> <p>9) 営業組織は現在10数名体制で行っている。組合の専任・専属のスタッフで、常にアンテナをはって、組合員のスキルや要望にあった仕事を組合員に提供できるようにしている（事業協同組合）</p> <p>10) 現在のところ、自分以外に営業は任せられない。内容と質の面で他社には決して出来ない仕事であり、発注者から「そこまでやるのか。これでは他にはできない」と思ってもらえるようになるには、自分がでていくしかない。自治体の場合、そのような営業の仕方ですら随意契約をして貰える（民間企業）</p>

非営利団体を5団体集めたグループインタビュー調査でも、以下の11)～13)のようなスキル・ノウハウに関する発言があった。11)は、SOHO事業者への仕事の紹介・斡旋を行っているNPO法人で、この団体の場合、ネットワークを作り人脈の輪の広がりを大きくしていくところにノウハウの蓄積と実績がある。

支援タイプ	スキル・ノウハウの具体的内容／失敗しないために（４）
仕事支援型 について	<p>11) 団体として行っていることは、結果としてSOHO事業者に対しての仕事の斡旋に結びついてはいるが、具体的にはネットワーク作りをしてあげているということである。SOHO事業者が沢山集まっているということで、様々な人脈からSOHO事業者を紹介してほしいといった話を受ける。そうした動きがあることが関わる人たちにとっての魅力となっている。（NPO法人）</p> <p>12) まだあまり知られていない分野かもしれないが、DV（ドメスティックバイオレンス）の被害にあった女性たちに仕事を提供するにあたっては、極力その人をオープンにせず仕事を在宅の形でできるようにする。仕事内容はデータ入力や翻訳などをはじめ様々な業種にわたるが、またそのSOHO事業者を生活まで含めて全般的にサポートしている。（NPO法人）</p> <p>13) 仕事紹介や各種アドバイスをしている。今までの経験から、支援する女性の事情に応じた様々なノウハウを有しているのので、例えば法的な問題のクリアとか仕事の契約をする上でのコツなど適切なアドバイスができています。（NPO法人）</p>

また相談・コンサルテーションということでは、上記 12)、13)に関連して、続けて 14) が語られた。一方、15)は「PCママサロン」的な拠点を全国に展開している支援団体の発言である。

支援タイプ	相談・コンサルテーション等に関するスキル・ノウハウの具体的内容
環境支援型について	14) 相談には（そのSOHO事業者の）生活すべての事柄にわたってのるようにしている。同様の経験をしたものが相談等に当たるので、先輩としてのアドバイスができる。（NPO法人） 15)各地の拠点（サロン）からあがってくる相談には、弊社の担当スタッフが対応する。私自身はその内部スタッフの相談にのってあげるのが役目である。（民間企業）

研修やセミナーについては、以下のようなスキル・ノウハウの発言があった。

支援タイプ	研修・セミナー等に関するスキル・ノウハウの具体的内容
交流・研修型について	16) 営業に特化したSOHO事業者（セールスレップ）の協会を立ち上げ、日本で初めてこの分野における資格制度を立ち上げた。この資格取得のための研修で収益面でのベースをつくり、この分野の普及啓発に努めている。今までの蓄積をどう後進に伝え、研修体系を作っていくかについては時間と人材を投入して作成したが、外注費として費用をかけるのではなく、成果報酬的な考えで団体を立ち上げたコアメンバーたちが、まずは無償で制作にあたった。（任意団体）

以上のように、仕事関連の支援機能・サービスについては、具体的なスキル・ノウハウがその団体にあるかどうか、その成功・失敗を分ける要因として働いている、とみることができる。

（2）人材・人員面

質の高いSOHO事業者を集められているか否かが、とくに仕事の受発注を行うSOHO支援団体にとっては成功・失敗要因となっていることがアンケート調査からわかったが、グループインタビュー調査ではその具体的な内容として下表のような意見があった。1)、2)は、優秀なSOHO事業者のネットワークを作るための工夫についての発言である。3)は営業体制も作り、仕事量も十分に確保できている支援団体の発言であるが、サービスに徹する姿勢がSOHO事業者の方々には評価されているので組合員数も順調に増加している。それが収益につながり、仕事獲得のための営業マンも雇えるという好循環につながっている。

支援タイプ	質の高いSOHO事業者を確保するための方策
仕事支援型について	1) ITに関しての資格制度があることが全国レベルで優秀なSOHO事業者をネットワークできることにつながっている。（民間企業） 2) 全国に拠点をもつサロン（PCママサロン）を有していることが優秀なSOHO事業者を集められた要因である。（民間企業） 3) 組合員であるSOHO事業者（IT技術者）に対しては、とことんサービス業に徹して接している。事務局からみれば何千人もいる会員の一人という発想にもなりがちであるが、会員からみたらまさに一人にとっての一つだけの組合事務局

である。決して同様なミスは繰り返さないことを常に組合事務局スタッフには言いきかせている。（事業協同組合）

「相談・コンサルテーション」や「交流の場の提供」では、サービス提供スタッフの数が十分であるかどうか成功と失敗を分ける要因となっていることがアンケート調査からわかったが、グループインタビュー調査を通して、成功しているSOHO支援団体は人材の数の多寡に限らず人材面で、様々な工夫が試みられていることが把握できた。実際、起業初期の段階などにおいては、スタッフ数が十分に揃えられないことも多いので、その分は知恵と工夫で乗り切ってきているのが、成功団体のようである。

支援タイプ	人員数を揃えることが失敗しない要因か
環境支援型／交流・研修型について	4) 相談やコンサルにのるための人材はどうしても必要なので揃えてはいるが、それ以上に、各地のSOHO事業者がやる気になる方策の実施に力を入れている。30人位のSOHO事業者の人達と年2回交流会を催している。普段はネット会議で進めているが、主婦が1人で主婦業・子育てとSOHOとしての仕事を進めるは大変で、疲れて1年又は3年で止めてしまう危機がある。交流会で研修を行うことでこうした危機を回避でき、また営業成績が飛躍的に伸びる（民間企業） 5) SOHO事業者とは年1回の契約更新があるので、情報セキュリティ面などの問題確認をSOHOワーカー160人の方々とフェイス to フェイスで個別に実施している。（民間企業）

（3）採算性に関わる面

「代理交渉や契約サポート」では、この機能・サービスに関して費用徴収を行っているかどうか、成功・失敗の原因の一つになっていることがアンケート調査からわかった。これは費用を取ることで経営的な採算が成り立ち、それが成功につながっていると見ることができ、グループインタビュー調査での下記発言のように、費用を取ってもSOHO事業者が不満に思わないだけのサービスの質が提供されているから成立するのであろう。

支援タイプ	費用徴収をすることが成功につながるのか
仕事支援型について	1) 組合員になりたいというSOHO事業者（ICT技術者）の技術内容やライフスタイル等も含めた意向などを組合側はじっくりと聞き、その人にあった仕事を営業マン部隊が探してくる。組合員に登録するのは、いい仕事が見つかったからで、それまでは一切お金をとらない。この仕組みは好評でSOHO事業者から信頼も得ている。確定申告はじめその人をトータル面でサポートできるように心掛けている。（事業協同組合）

「仕事の受注と発注」では、発注単価やSOHO事業者に対しての報酬を見直す予定があると回答している団体の方が成功している率が高くなっていることがアンケート調査からわかった。これはそれだけSOHO事業者に対して臨機応変に柔軟に対応していることになるからと思われる。実際グループインタビューでも、以下のような発言があり、一方では報酬体系が不透明より

も透明なほうが良いという発言もあった。

支援タイプ	単価・報酬を頻繁に見直すほうが成功につながるのか
仕事支援型について	2) もちろん基準となる報酬単価を基本的な業務について決めているが、発注者から来る業務の内容によっては、柔軟に報酬体系を変えざるを得ない。(民間企業) 3) SOHO事業者には、発注者からいくらで受けた仕事なのかを極力示すようにしている。それがわかれば報酬を納得してもらえることもあるし、またSOHO支援団体への信頼感にもつながっているように思う。(民間企業)

公的支援の有無と成功・失敗については、下記のような発言があった。組織が立ち上がる初期段階において、官公庁からの受注や助成金の獲得、公的セクターとの連携が信用力向上や人脈形成に有効であることがわかる。

支援タイプ	公的な支援がないと失敗する可能性が高いのか
仕事支援型／環境支援型／交流・研修型について	4) 団体を作る第1年目については中央省庁のコンペ式の助成金をとって基盤ができたし、また信用力も向上した。(任意団体) 5) NPO法人立ち上げ期には、地元の社会福祉協議会がいろいろとサポートしてくれた。そこから人脈のひろがりもできた。(NPO法人) 6) 商工会と地元NPO法人がSOHO支援という考えで連携し、この分野についてはほとんど一体となって動いてきた。これがNPO法人側から見れば組織の基盤となった。(商工会)

費用徴収については、グループインタビュー調査を通して、徴収しないことが失敗につながるというよりも、しっかりと費用をもらえるだけの研修が提供できるかどうか重要であるという印象を受けた。またグループインタビュー出席者の団体では、一般向けではなく会員やスタッフ向けの研修や交流会が行われている場合が多く、効果的な団体維持の方策となっていることがわかった。

支援タイプ	費用徴収を行っていることが失敗しない要因となっているのか
環境支援型／交流・研修型について	7) 年2回のスタッフの交流会では、実費程度をもらうだけである(民間企業) 8) 研修については、高度な技術的研修をおこなうこともあり、その際には研修費用を徴収するケースが多い。組合員に技術スキルのレベルアップを図れる機会を提供することは、サービスの重要な一環である(事業協同組合)

(4) 宣伝・PR面

成功・失敗の要因を考える際には、テレビや新聞で取り上げられるなどメディアの効果的活用が一つの要素であることがアンケート調査からわかった。

全国のSOHO事業者向けインキュベーションスペースのなかでも成功しているところでは、意識的にマスコミと接触を図り、入居しているSOHO事業者の宣伝・PRに努めているインキュベーションマネージャーがいる。どのようにしたらメディアにとり上げられるのかについては、

入居施設のインキュベーションマネージャーなど支援人材にサポートしてもらおうという方策もあるが、まず基本になることは、メディアに取り上げられるだけの価値をそのSOHO支援団体なりSOHO事業者なりが有しているかどうかであろう。グループインタビュー調査に参加したSOHO支援団体は、各自がそれぞれ個性的なその団体なりのオリジナリティを持っており、そうした点が実際メディアに取り上げられている。

支援タイプ	メディアとの接点、活用の仕方
仕事支援型 ／環境支援 型／交流・ 研修型につ いて	1) マスコミには積極的に情報を提供して、できるだけ記者ともいい関係を保つようになっている。(民間企業、任意法人) 2) ビジネスモデルが明確でしっかりしており、また他にないものならばマスコミは必ず取り上げてくれる。(民間企業)

(5) その他の仕組みやマネジメント面

マネジメント面では、たとえば「仕事の受注と発注」については、質の高いSOHO事業者をネットワークしている事、SOHO事業者との業務契約を必ず締結している事、損害賠償の仕組みがある事、SOHO事業者と発注者間での信頼関係が取れている事などが、成功要因としてアンケート調査からもあがっている。まず質の高いSOHO事業者がいなければ、条件のいい仕事の受注にも結びつかない、という点は容易に想像がつく。

信頼関係は、発注者とSOHO事業者だけでなく、発注者とSOHO支援団体、SOHO支援団体とSOHO事業者の間でもできている団体が成功していることがわかった。

SOHO事業者との契約を必ず行っている団体が成功しているということについては、グループインタビュー調査に参加した団体で「仕事の受注・発注」を行っている団体は、すべて業務契約をしっかりとSOHO事業者と結んでおり、SOHO支援に対しての明確な意識を有しているということの表れであると思われる。業務発注を行うSOHO支援団体の中には、明確にSOHO支援という意識をもたず、ただ仲間内の仕事の回しあいの感覚で、他のSOHO事業者に業務発注を行っている団体もある。そうした場合には口頭での約束程度で済ませてしまう場合もある。SOHO事業者との業務契約がしっかりと行われている団体は、SOHO支援の意識をもち、かつ団体としての仕組みが整っている場合が多い。

支援タイプ	発注者とSOHO事業者との信頼関係はどのように構築しているのか
仕事支援型 について	1) 業務契約書は雛形があり、しっかりと取り結んでいる。(民間企業) 2) 発注者とSOHO事業者は顔を合わせないし、直接接点をもたないこともある。その際には間に入るSOHO支援団体の存在が大変重要になる。支援団体が発注者と信頼関係をとりつけてあることが必須である。(民間企業) 3) IT技術者の場合には、発注者と直接やりとりを行い、契約も間に組合が入るような形で3者間契約を結ぶ。発注者とSOHO事業者間の信頼関係がくずれるような事態になったときには、組合が間に入り調整を行う。(事業協同組合)

発注者に対しても、同様に信頼関係を作ろうと意識している団体は、成功団体となる可能性が

高いようである。SOHO事業者が発注した業務が、発注者の要望にそって仕上がらない場合には、発注者に対して損害賠償をする仕組みが整っているかどうか、という点も発注者からの信頼を得るための一つの要素であるといえる。損害賠償をする仕組みがあることで、その団体がしっかりした団体であるということアピールでき、発注者側からみた信用アップにつながり仕事獲得に結びついているという側面がある。発注者からみて、安心できる仕組みであっても、SOHO事業者の場合、単独ではなかなかこうした仕組みを発注者に提示できない。この仕組みはSOHO支援団体の本来的な役割の一つであるといえる。

支援タイプ	発注者との信頼関係はどのように構築しているのか
仕事支援型 について	<p>1) 損害賠償の仕組みがあるということをとくに声高にうたっていないが、そうしたことをできるという会社であるということが普段から発注者に伝わるようにしている。(民間企業)</p> <p>2) 業務の品質や、納期を守ることは絶対条件。それ以上の努力がなければSOHO支援団体としては生き残っていけないが、それは独自のビジネスモデルだと思う。(民間企業)</p> <p>3) 発注者に対してはSOHO事業者の良さをどれだけアピールできるかがSOHO支援団体としての役割だと思っている。本人も気づいていないSOHO事業者の売りを発注者に伝えられるようにしている。個人のタレントを発注者に売り込む「エージェンツ」がもっとでてきてもいいと思う。日本で言えば「マネージャー」になるかもしれないが、エージェンツがいることで年収も上がるのなら頼みたいというSOHO事業者は多いはず。(事業協同組合)</p>

なお、グループインタビュー調査では後進へのアドバイスや行政への要望等として下表のような発言もあった。

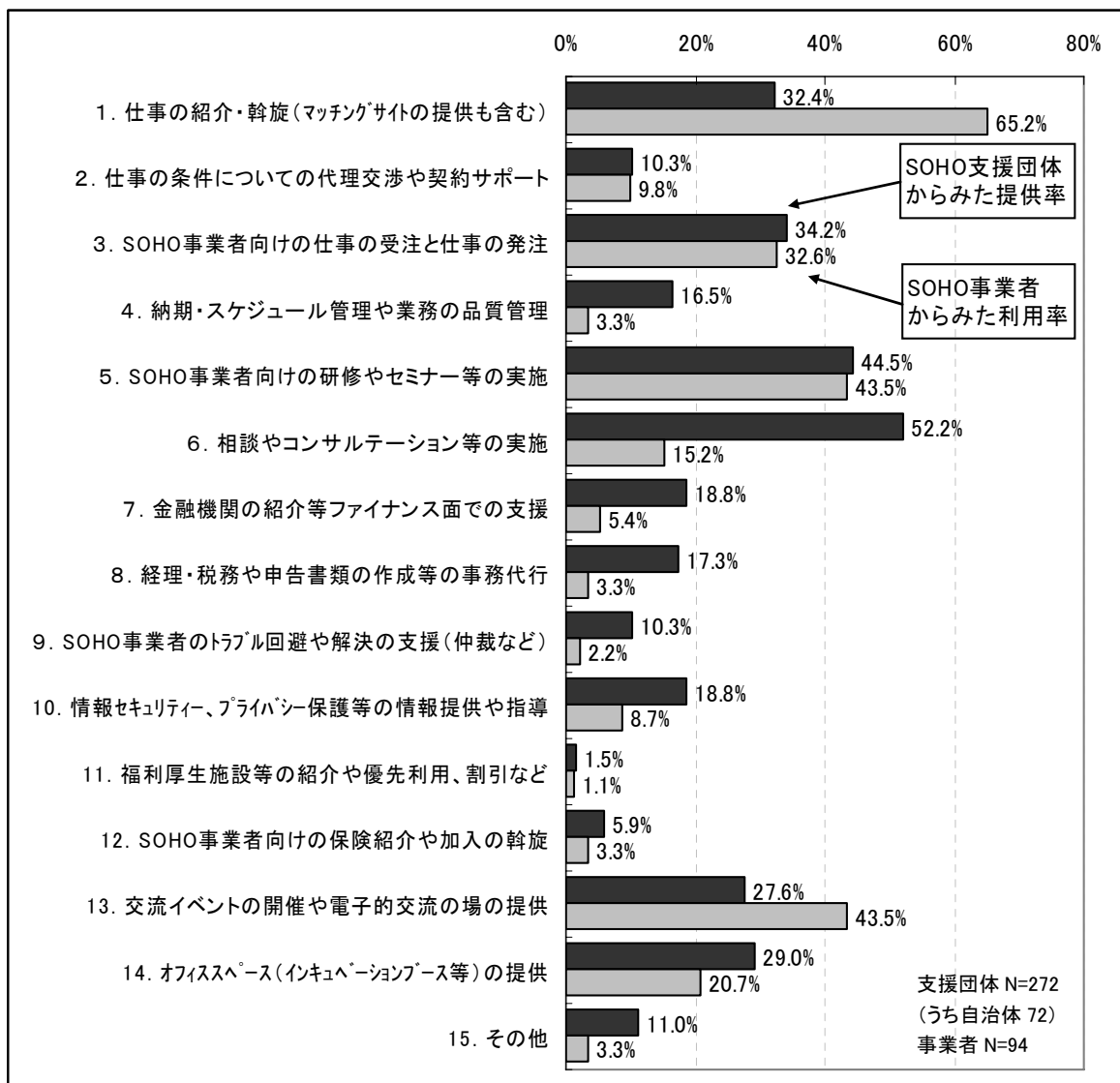
支援タイプ	後進へのアドバイスや行政への要望等
仕事支援型 ／環境支援 型／交流・ 研修型につ いて	<p>1) 組合員に対する満足度を上げないと、いい人材も集まらないし、仕事も集まらない。組合員のレベルUPを考えて、eラーニング等の、教育の場を設けてあげる必要がある。(事業協同組合)</p> <p>2) スキルアップ研修や品質を維持するための努力としては、研修等に力を入れている。(民間企業)</p> <p>3) 女性が男性と同じ仕事をするには、男性の3倍仕事をしないと認められないので、会社の中で仕事するよりSOHOスタイルで仕事することは重要と思う。ただし、全ての人に仕事を提供するのは無理なので個々のスキルUPのための研修機会の提供などは行政にお願いしたい。(民間企業)</p> <p>4) SOHO支援団体の仕組みに参加したい等の要望が多くなってきている。個人のSOHO事業者はセキュリティを考慮しないと仕事にならなくなると思うが、そうした状況のなかでSOHO支援団体の役割は今後も増大する。(民間企業)</p>

3-3 支援タイプ（型）ごとの課題の抽出

3-3-1 各機能・サービスの提供率と利用率からみた課題

図表 3-3-1 は、SOHO支援団体が提供している機能・サービスとそれを受けている側のSOHO事業者がそれをどれだけ利用しているかの比率をみたものである。SOHO支援団体の提供率については、SOHO支援団体として回答した企業法人等の200団体に自治体のなかでSOHO支援活動を行っている72団体を加えた272団体を母数として計算した。

【図表 3-3-1 SOHO支援団体(自治体含む)のサービス提供率とSOHO事業者の利用率】



利用率が提供率を上回っている項目としては、「1. 仕事の紹介・斡旋をうけること（マッチングサイトの提供も含む）」や「13. 交流イベントの開催や電子的交流の場の提供をうけること」があげられる。「1. 仕事の紹介・斡旋をうけること（マッチングサイトの提供も含む）」は、支援を行っているSOHO支援団体のうちの32.4%の団体しか提供していないが、回答したSO

HO事業者のうちの 65.2%はこの機能・サービスを利用しており、提供率と利用率の乖離がもっとも大きな項目となっている。提供団体が少なくても多くの利用者が使えるから、という理由も考えられるが、支援団体に仕事を紹介・斡旋してもらいたいという要望が根強くあることが、理由の一つであるとも想定できる。

支援タイプ「仕事支援型」については、提供率の方が小さく（供給量が少なく）、SOHO事業者のニーズに十分に対応できていないことが推測される。（ただし「4. SOHO事業者に対しての納期・スケジュール管理や業務の品質管理」についてのみ、提供率が利用率をかなり上回っており、この点については別途考察する必要がある。）

一方、提供率が利用率を上回っている項目としては、「6. 相談やコンサルテーション等をしてもらうこと」や「7. 金融機関の紹介等ファイナンス面での支援」、「8. 経理・税務や申告書類の作成等の事務代行」や「4. SOHO事業者に対しての納期・スケジュール管理や業務の品質管理」などがあげられる。これは、商工会議所・商工会や個人（士業）が中心となって提供されているSOHO事業者の仕事環境を整える背景的な支援で、まさに支援タイプ「環境整備型」に分類される支援策である。ここではSOHO事業者にこうした支援策をより一層使ってもらえるようにできていないことが課題となる。

3-3-2 SOHO支援団体とSOHO事業者との意識の差異からみた課題

（1）支援タイプ「仕事支援型」における課題

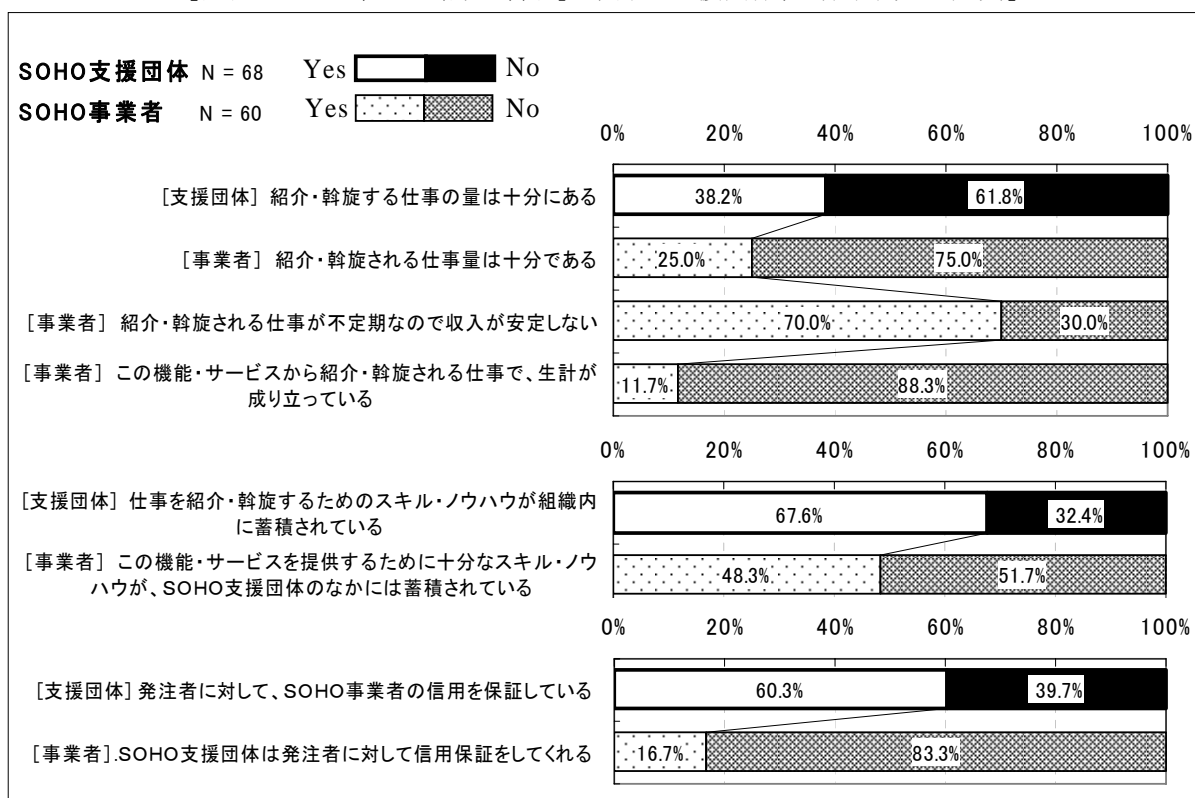
図表 3-3-2 は、「SOHO事業者への仕事の紹介・斡旋（マッチングサイトの提供も含む）」に関して、SOHO支援団体が回答している意識や現状と、対応・関連する質問についてSOHO事業者側が回答している意識や現状を比較したものである。

紹介・斡旋される仕事があるかについては、SOHO支援団体は 38.2%が Yes と回答しているが、SOHO事業者側が十分と回答した割合は 25.0%である。ともに十分でないという回答が多いが、とくにSOHO事業者側に、十分でないという意識が高いことがわかる。またSOHO事業者側は「紹介・斡旋される仕事が不定期なので収入が安定しない」という質問に対しては 70.0%が Yes と回答している。さらに「この機能・サービスから紹介・斡旋される仕事で、生計が成り立っている」という質問に対しては、11.7%しか Yes と回答していない。まず支援タイプ「仕事支援型」における第一の課題は、『仕事量の不十分さ』である。

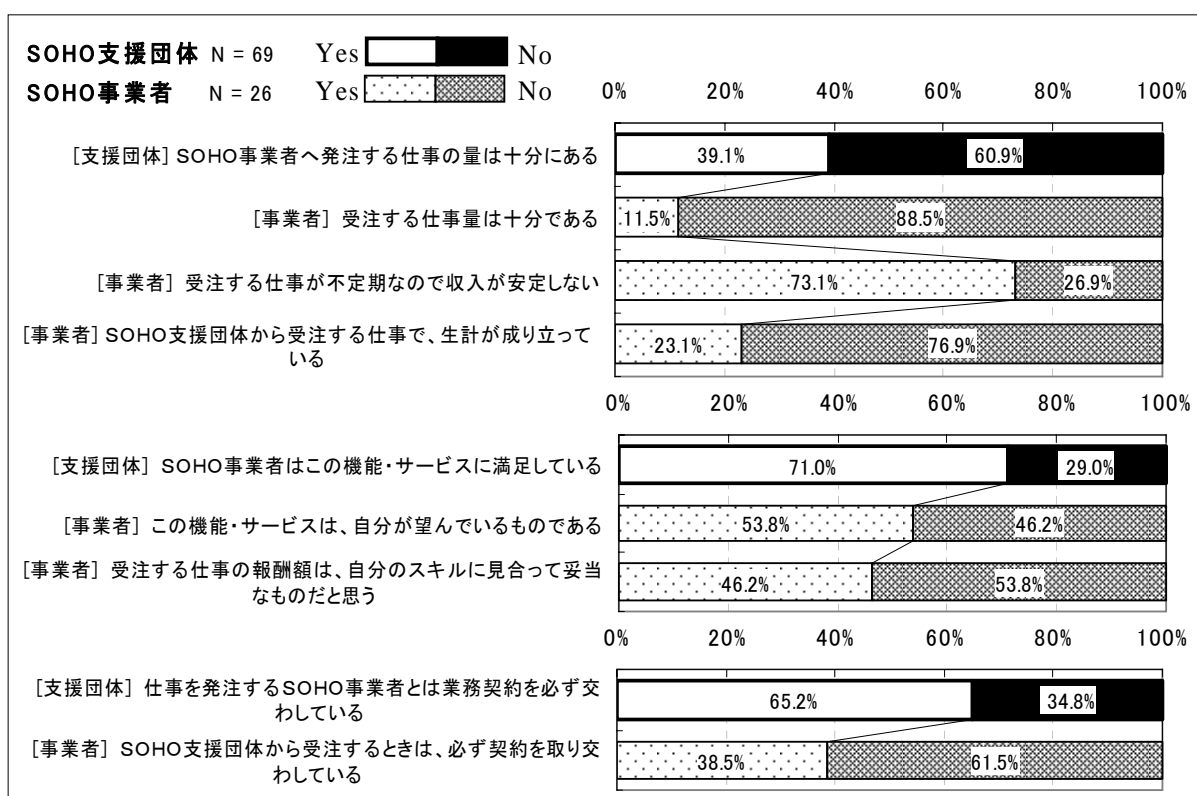
「仕事を紹介・斡旋するためのスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている」については、SOHO支援団体は 67.6%が Yes と回答しているが、SOHO事業者側は 48.3%しか蓄積されていると回答していない。意識ギャップが大きい項目であり、課題の第二は『SOHO支援団体にスキル・ノウハウの蓄積が少ない、あるいは少なくともSOHO事業者にそう思わせてしまっている』という点である。

さらに意識ギャップが大きいものとして、「発注者に対して、SOHO事業者の信用を保証している」という項目がある。SOHO支援団体は 60.3%が信用保証をしていると回答しているが、SOHO事業者側ではこの回答がわずか 16.7%となる。第三の課題は『SOHO支援団体がSOHO事業者の信用保証を十分にしていない』という点である。

【図表 3-3-2 「仕事の紹介・斡旋」に関する支援団体、事業者間での差異】



【図表 3-3-3 「仕事の受注と発注」に関する支援団体、事業者間での差異】



仕事の受注と発注に関して見てみると、「SOHO事業者へ発注する仕事の量は十分にある」(図表 3-3-3)では、SOHO支援団体の39.1%がYesと回答しているが、対応する質問である「受注する仕事量は十分である」に対してSOHO事業者側は、11.5%しかYesと回答していない。

その間のギャップは大きいですが、そもそも仕事量が十分でないという点では、SOHO支援団体、SOHO事業者側ともに共通認識を持っている。また、SOHO事業者側は他にも「受注する仕事が多岐にわたるので収入が安定しない」に対して73.1%がYesと回答しており、「SOHO支援団体から受注する仕事で、生計が成り立っている」との質問に対しては、23.1%しかYesとは回答していない。ここでも同様に『仕事の不十分さ』が課題であることがわかる。

「SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している」に対しては、SOHO支援団体は71.0%がYesと回答しているが、SOHO事業者側の意識では「この機能・サービスは、自分が望んでいるものである」や「受注する仕事の報酬額は、自分のスキルに見合っていて妥当なものだと思う」に対してのYes回答が低くなっている。SOHO事業者は、SOHO支援団体が思っているほど、仕事の受注を受けても満足はしていないということである。課題の第四として、『SOHO事業者が下請け的に使われる場合がある』という点である。

現状の事実関係を示す項目である「仕事を発注するSOHO事業者とは業務契約を必ず交わしている」に対しては、SOHO支援団体は65.2%がYesと回答しているが、一方SOHO事業者側は、対応する質問「SOHO支援団体から受注するときは、必ず契約を取り交わしている」に対して38.5%しかYesと回答していない。課題の第五としては、『業務委託契約がかわされない場合が多い』という点である。

(2) 支援タイプ「環境整備型」における課題

図表 3-3-4 は、「相談やコンサルテーション等の実施」に関して、SOHO支援団体が回答している意識や現状と、SOHO事業者側が回答している意識や現状を比較したものである。

SOHO支援団体側は、「この機能・サービスは、継続して、あるいは定期的に提供している」との質問に対して78.3%がYesと回答しているが、対応する質問である「この機能・サービスを継続して、あるいは定期的に利用している」に対してSOHO事業者は、33.3%しかYesと回答していない。スポット的な利用を考えているSOHO事業者が多いために、「この機能・サービスを継続して、あるいは定期的に利用している」に対してのYesの回答率が低くなっているという理由も考えられるが、図表 3-3-1 でみたように提供率と利用率に大きな乖離があった事も考え合わせると、この機能・サービスについては、提供の方がニーズに比べて過剰になっている傾向があると思われる。

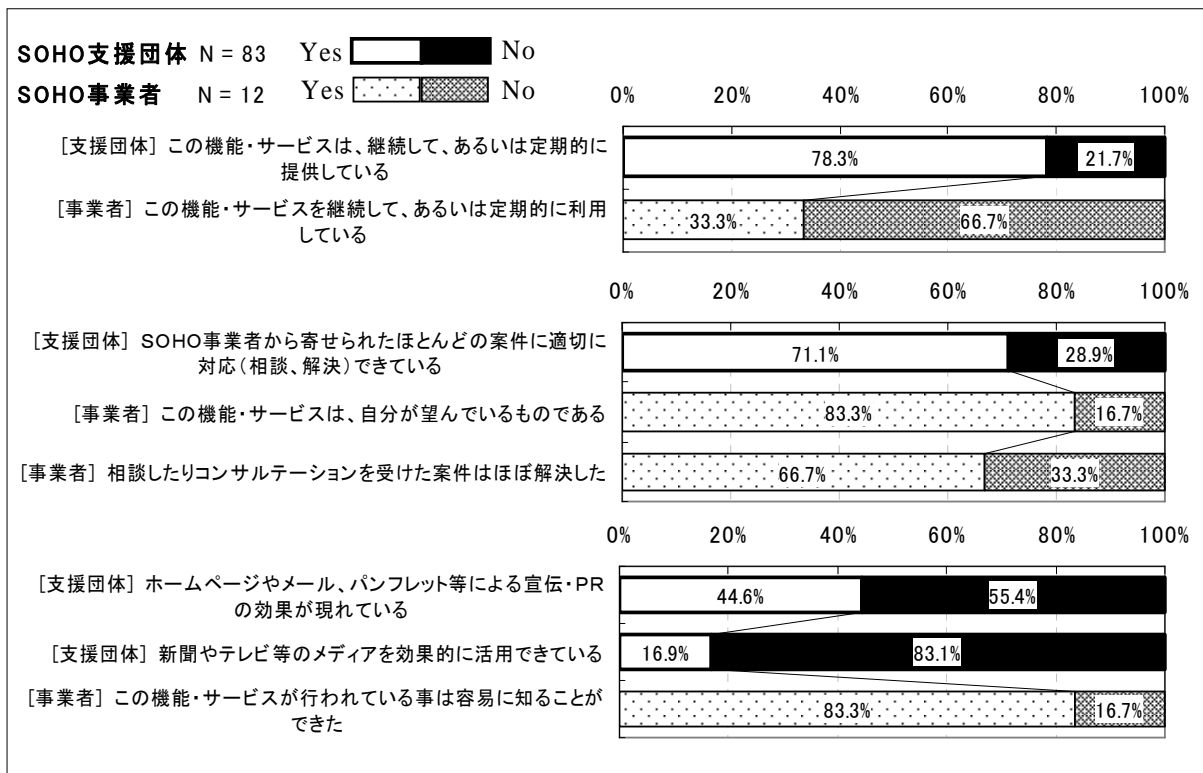
「SOHO事業者から寄せられたほとんどの案件（仕事のやり方、家事・育児との両立、金銭問題、起業等）に適切に対応（相談、解決）できている」では、SOHO支援団体の71.1%がYesと回答している。これに対応する質問である「相談したりコンサルテーションを受けた案件はほぼ解決した」に対してはSOHO事業者の66.7%がYesと回答しており、また「この機能・サービスは、自分が望んでいるものである」にも83.3%がYesと回答しているなど、この点に関してはギャップは認められない。SOHO事業者でこの機能・サービスを受けた者は、概ね満足していることがわかるが、一方で供給の方が過剰みであることに関しては、SOHO支援団体のPRや宣伝効果が十分でないという現状もみてとれる。「ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている」に対しては、SOHO支援団体の44.6%がYesと回答しており、また「新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている」では16.9%しかYesと回答していない。

支援タイプ「環境整備型」における第一の課題は『サービスを周知して多くのSOHO事業者に使ってもらえるようにできていない』ことであり、この点の改善が求められている。

一方で、SOHO事業者側は「この機能・サービスが行われている事は容易に知ることができた」に対して大半(83.3%)がYesと回答している。こうした傾向は、この「相談やコンサルテーション」だけではなく、「金融機関の紹介等ファイナンス面での支援」や「経理・税務や申告書類の作成等の事務代行」についても同様である。

「相談やコンサルテーション」に代表される「SOHO事業者の仕事環境を整える背景的な支援」は主として商工会議所や商工会によって担われているが、数ある公的な支援内容のPRの一環として広報が届いても埋没してしまい、結果として利用されていないという可能性もある。第二の課題は『伝達する内容に訴求力が乏しかったり、支援機能の内容を伝え切れていない。』という点である。

【図表 3-3-4 「相談やコンサルテーション等の実施」に関する支援団体、事業者間での差異】



(3) 支援タイプ「交流・研修型」における課題

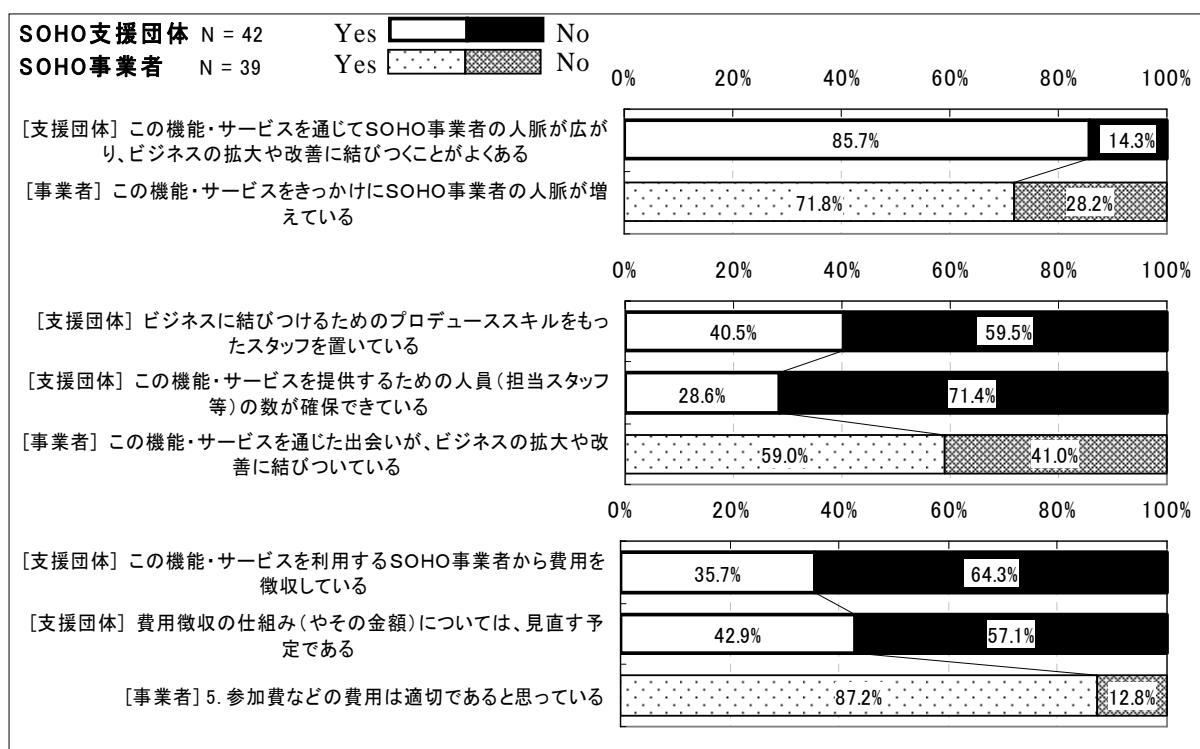
図表 3-3-5 は、「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」に関して、SOHO支援団体が回答している意識や現状と、SOHO事業者側が回答している意識や現状を比較したものである。

SOHO支援団体は、「この機能・サービスを通じてSOHO事業者の人脈が拡大し、ビジネスの拡大や改善に結びつくことがよくある」との質問に対して 85.7%が Yes と回答しており、人脈拡大やビジネス展開に、この機能・サービスが寄与できていると大半が考えている。SOHO事業者側も「この機能・サービスをきっかけにSOHO事業者の人脈が増えている」との質問に対して、71.8%が Yes と回答しており、人脈拡大については効果が上がっている事がわかる。また

「この機能・サービスを通じた出会いが、ビジネスの拡大や改善に結びついている」についてもSOHO事業者の59.0%はYesと回答している。しかしながら人脈拡大の場合の71.8%のYes回答に比べると、Yesの割合は低くなっており、ビジネス展開への効果は人脈拡大ほどあがっていないことがわかる。これについては、SOHO支援団体が「ビジネスに結びつけるためプロデューススキルをもったスタッフを置いている」では半数以下(40.5%)しかYesと回答していないことや、「この機能・サービスを提供するための人員(担当スタッフ等)の数が確保できている」では、Yesが28.6%に低下することなどが原因の一つと考えられる。

この支援タイプ「交流・研修型」における第一の課題は『ビジネス展開に結びつくようなサービスを提供できていない』ことであり、また第二の課題は『サービス提供スタッフの人材・人員を確保できていない』ことがあげられる。

【図表 3-3-5 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」に関する支援団体、事業者間での差異】



交流イベント等の費用に関しては、SOHO支援団体は「この機能・サービスを利用するSOHO事業者から費用を徴収している」に対しては64.3%がNoと回答しており、無料で行っている団体の方が多いことがわかる。一方、「費用徴収の仕組み(やその金額)については、見直す予定である」に対しては42.9%がYesと回答しており、無料で行っていることを見直そうとする動きも見られる。こうした現状に対してSOHO事業者側は「参加費などの費用は適切であると思っている」に対して、87.2%がYesと回答していることから、第三の課題として『費用徴収を前提とした魅力的なサービスが組み立てられていない』ことがあげられる。

(4) 支援タイプ「スペース提供型」における課題

図表 3-3-6 は、「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供」に関して、自治体を含むSOHO支援団体が回答している意識や現状と、SOHO事業者側が回答している意識や現状を比較したものである。グラフではSOHO支援団体、自治体、SOHO事業者における

回答結果を並べて表示している。

まず「オフィススペースは、ほぼ満室である」との質問に対して、SOHO支援団体は48.3%、自治体は63.6%がYesと回答している。インキュベーションスペースということもあり、「この機能・サービスを通じてSOHO事業者の人脈が拡大し、ビジネスの拡大や改善に結びつくことがよくある」との質問を用意したが、それに対してはSOHO支援団体では82.8%が、また自治体では77.3%がYesと回答している。それに対してSOHO事業者側は「この機能・サービスをきっかけにSOHO事業者の人脈が増えている」という質問に対して55.6%が、また「この機能・サービスを通じた出会いが、ビジネスの拡大や改善に結びついている」に対しては44.4%がYesと回答しており、サービス提供側との間で若干の意識ギャップが認められる。

また「SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している」に対しては、SOHO支援団体では89.7%、また自治体では77.3%がYesと回答しており、サービス提供側はSOHO事業者が概ね満足していると考えている。しかしながらSOHO事業者側の回答では「この機能・サービスにとくに不満はない」に対しては、44.4%しかYesの回答がない。また「オフィスが提供する支援メニューが業務遂行に役立っている」に対してはYesの回答は38.9%にとどまっており、提供側と受ける側とのギャップが認められる。

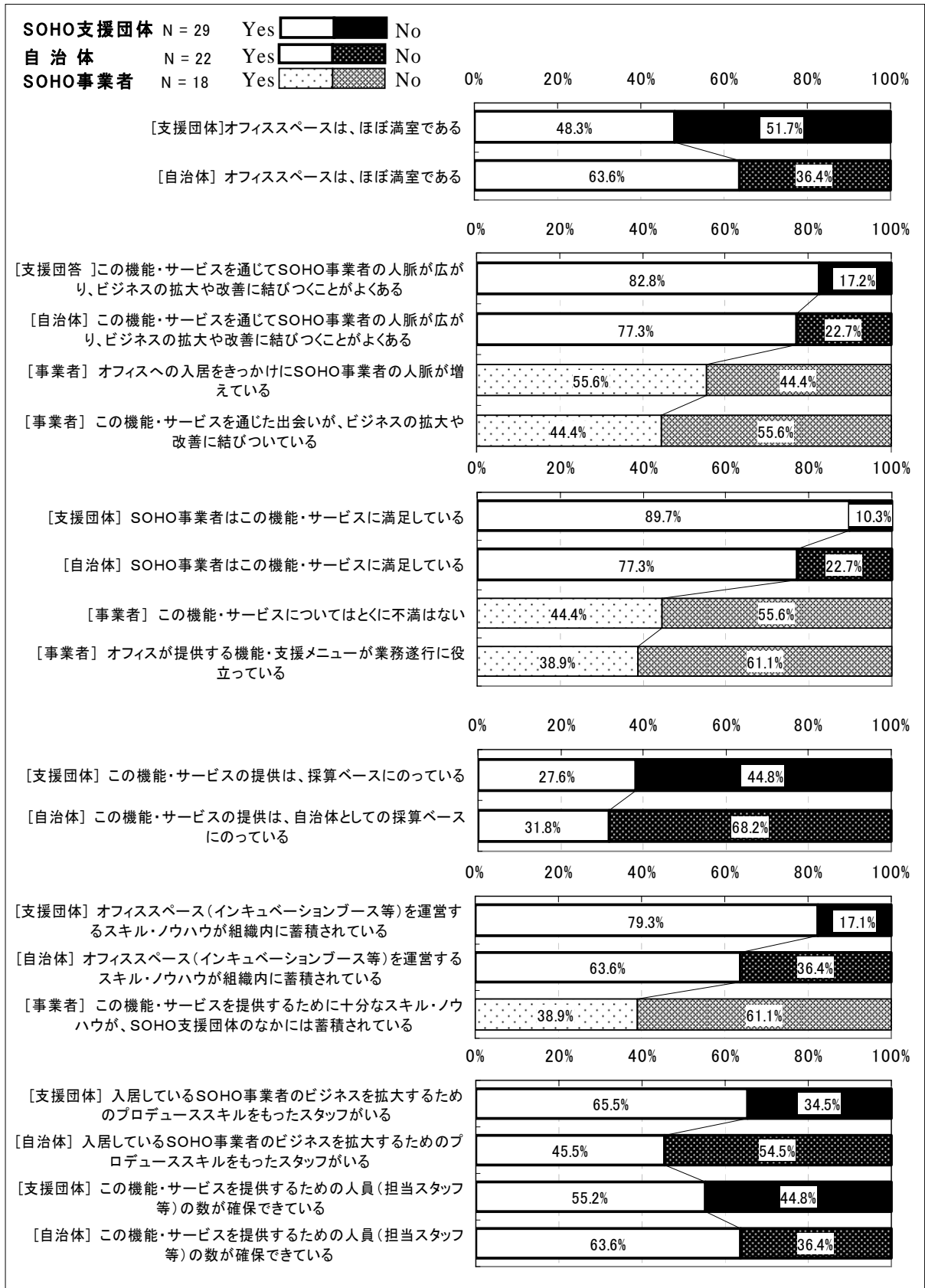
この支援タイプ「スペース提供型」における第一の課題は、『単なるスペース貸しの発想を超え、SOHO事業者のビジネス展開をサポートするようなサービスができていない』ことである。

「オフィススペース（インキュベーションブース等）を運営するスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている」という質問に対しては、SOHO支援団体では79.3%、自治体では63.6%がYesと回答している。これに対してSOHO事業者側は38.9%しかYesと回答していない。そのギャップの原因としては、「入居しているSOHO事業者のビジネスを拡大するためのプロデューススキルをもったスタッフがいる」に対してSOHO支援団体では65.5%がYesと回答しているが、自治体の回答は45.5%と半数以下となっていたり、「この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている」に対しては自治体は63.6%がYesであるが、逆にSOHO支援団体ではこの値が55.2%と低くなっている。こうした点などがSOHO事業者にスキル・ノウハウが蓄積されていないと思われる原因となっていると考えられる。

第二の課題は、第一の課題とも連動するが、『ビジネスを作れる人材が確保できていない』ことといえる。ビジネス・コーディネータあるいはビジネスプロデューサーなど呼称はいろいろあるが、要はスペースに入居しているSOHO事業者のビジネスを支援できる人材を確保できていない場合が多い。

最後に採算面で見たときには、SOHO支援団体も自治体も「採算ベースにのっている」と回答している割合は、3割程度（SOHO支援団体27.6%、自治体31.8%）である。この値はかなり低いものと見ざるをえない。第三の課題は『付加価値型のスペース提供サービスで収益構造を作れていない』ということになる。スペース貸しの発想を超えて、SOHO事業者のビジネス展開につながる人脈形成支援やビジネスのコーディネーションあるいはプロデュース機能などを深めていくことで、スペース賃貸料だけでなく他の収益源も作り出し、そうした付加価値化をもってして、このサービスの収益性向上につなげられる可能性がある。

【図表 3-3-6 「オフィススペースの提供」に関する支援団体(自治体を含む)、事業者間での差異】



3-3-3 SOHO事業者ニーズと支援団体の今後の支援内容からみた課題

図表 3-3-7 は、SOHO支援団体側が考える「今後、さらに力を入れて行きたい機能・サービスや、新たに始めたい機能・サービス」とSOHO事業者側が希望する機能・サービスを比較しやすいように並べて表示したものである。SOHO事業者については、すでにSOHO支援団体を利用している者（利用者）と利用していない者（未利用者）とに分けて表示した。利用者については「今後、新たに利用していきたい（あるいは、実施してほしい）機能・サービス」と聞いた回答（複数回答）結果、未利用者については「何があれば利用するようになりますか（主要な項目を3つまで選択）」として聞いた結果を表示した。ここで注目されることは、SOHO事業者側においてニーズがもっとも高い項目が、「1. 仕事の紹介・斡旋（マッチングサイトの提供も含む）」であるという点である。未利用者では回答者の82.6%がこのサービスが提供されればSOHO支援団体を利用したいと答えている。利用者も62.5%が利用したいサービスとして答えている。

次いでSOHO事業者側のニーズが高い項目は、「3. SOHO事業者向けの仕事の受注と発注」であるが、仕事を受注するよりも紹介・斡旋を望むというSOHO事業者側の傾向は、この図からも読み取れる。

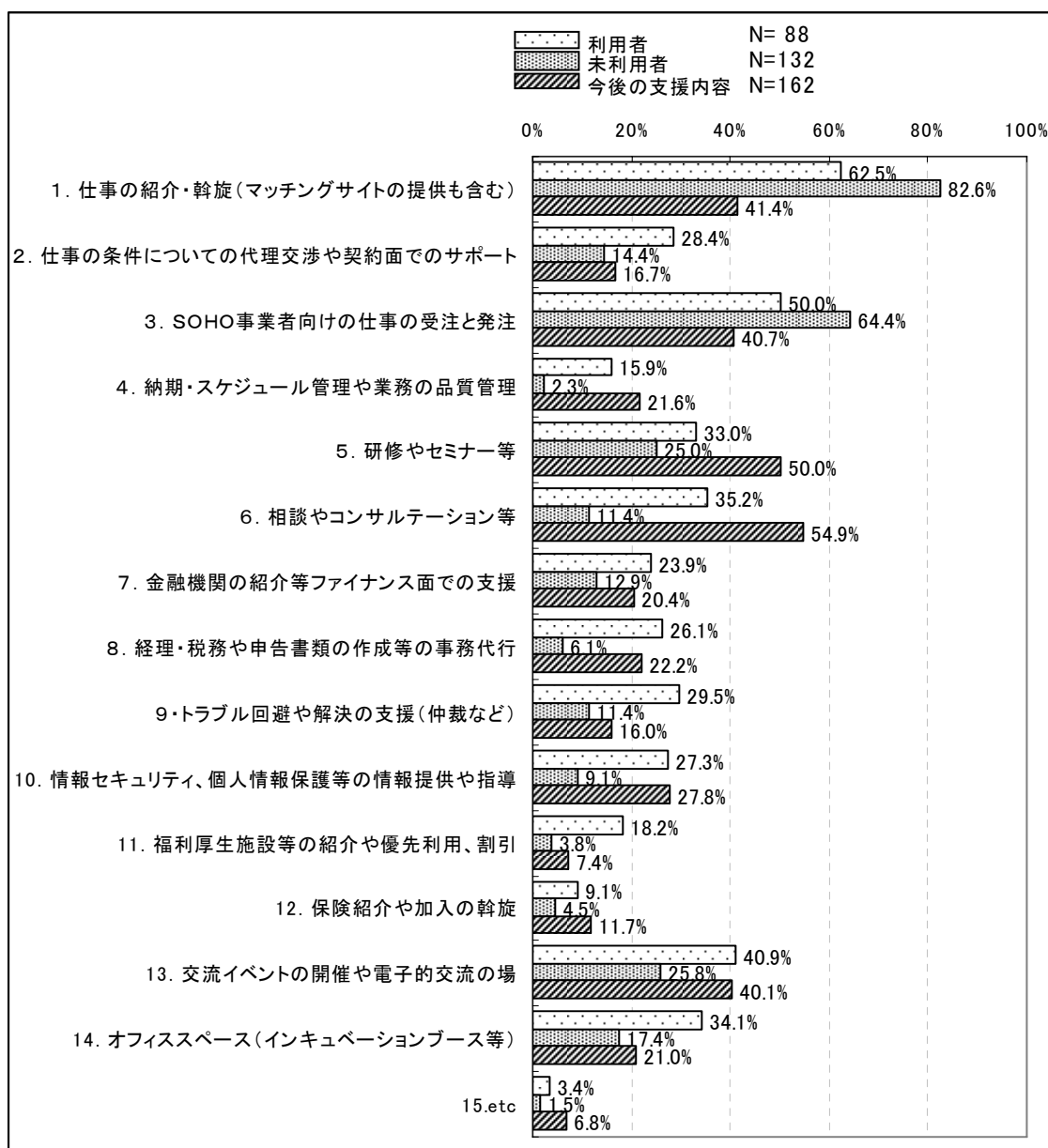
SOHO事業者がSOHO支援団体を利用しない理由としては、「下請けとして安く使われてしまうから」も大きな数値で挙がっていたが、SOHO事業者側のニーズとSOHO支援団体側の提供姿勢にギャップがあり、これが心理的要因として影響しているように思える。

図表 3-3-7 をみてもわかるように、SOHO支援団体側は、今後の支援内容として「仕事の紹介・斡旋」にそれほどの重きを置いていない。こうしたギャップは、次の図表 3-3-8 に示すように、自治体の今後の支援内容をみても解消はされない。SOHO事業者側は仕事の紹介・斡旋に次には仕事の受注を望んでいるが、SOHO支援団体はそうした支援策よりも「5. 研修やセミナー等」（50.0%）や「6. 相談やコンサルテーション等」（54.9%）に対して力を入れようとする団体の方が多い。この傾向は自治体においても同様である。

課題としては、SOHO支援団体は『SOHO事業者の紹介・斡旋をしてほしいというニーズに今後どう応えられるか』という点があげられ、これは「仕事支援型」の支援団体における課題といえる。

また「仕事支援型」に分類される支援策に関連していえば、1～4（とくに2）の仕事関連の支援と一緒に提供されることが多い「9. トラブル回避や解決の支援（仲裁など）」や「10. 情報セキュリティ、個人情報保護の情報提供や指導」のニーズが高くなっている点にも注目できる。『仕事の直接支援だけでなく、関連したトラブル処理等にどう対応できるか』が課題であるといえる。

【図表 3-3-7 利用者と未利用者が望む支援機能・サービスと支援団体が今後力を入れる支援内容】

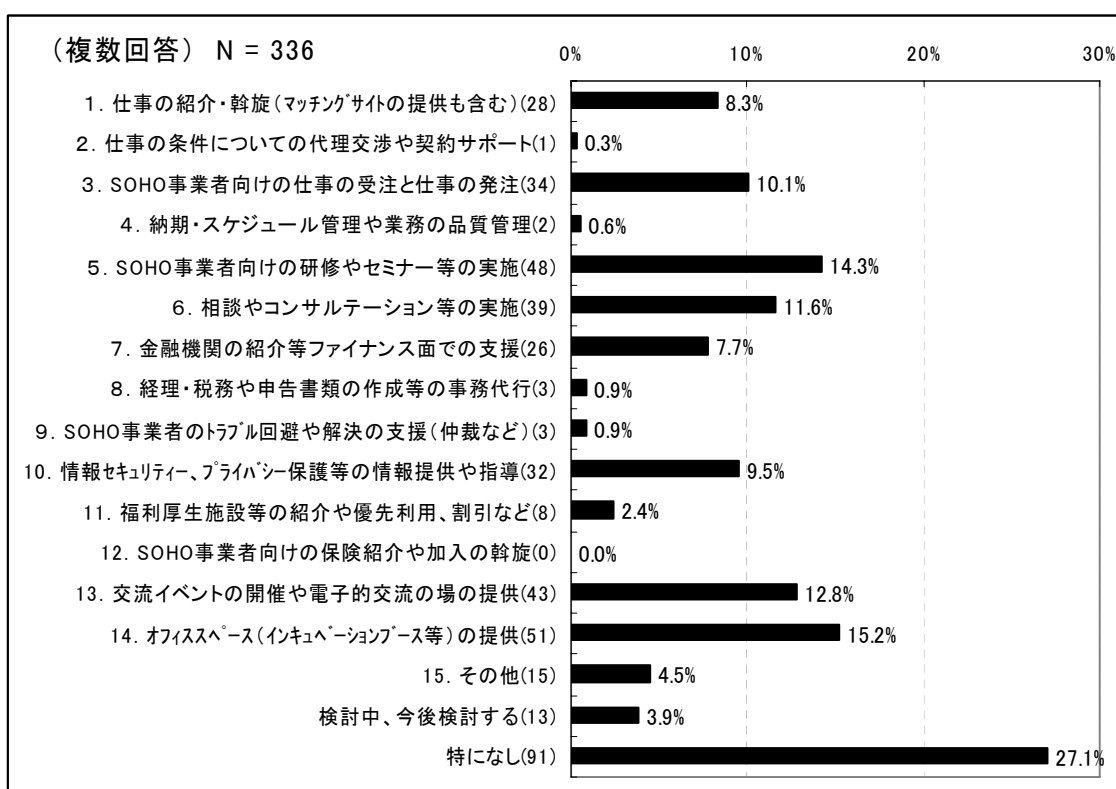


「環境整備型」に分類される支援策をみると、「6. 相談やコンサルテーション等」「7. 金融機関の紹介等ファイナンス面の支援」「8. 経理・税務や申告書類の作成等の事務代行」であるが、6では提供側の方が高い数値となっており、とくに未利用者と比較した際には供給過剰気味である。繰り返しになるが、この6についての課題は『SOHO事業者に対しての周知・PRに努める』ことである。7や8は既存の利用者を見ると、むしろニーズの方が高くなっており、商工会議所・商工会を中心としたSOHO支援団体は、既存のサービスに甘んじるのではなくこうしたニーズに目を向けるべきであろう。追加課題としては『相談・コンサルだけでなく、経理や事務代行等のビジネス支援や金融支援等の新サービスが求められているが、そこまで手がまわっていない』という点を挙げる事ができる。既存事業者に対して、いかに事務代行や金融支援サービスを増強できるかが重要である。

「交流・研修型」に分類される支援策をみると、未利用者と比べたときは「5. 研修やセミナー等」、「13. 交流イベントの開催や電子的交流の場」ともに供給過剰気味である。ニーズが少なくは費用もとれないので、ここでの課題は『いかに魅力的で費用が取れるような催しを開けるか』という企画力にかかってくるであろう。

「オフィス提供型」に分類される支援策である「14. オフィススペース（インキュベーションブース等）」をみると、SOHO事業者側のニーズは既存利用者では提供を上回っており、未利用者のニーズも決して低くはない。スペース提供側としては、ある程度希望の持てる結果である。一方、自治体をみると（図表 3-3-8）、「14. オフィススペース（インキュベーションブース等）」の提供が 15.2%で、今後力を入れる項目で一番多い項目となっている。民間企業等でSOHO事業者のニーズに応えられていないオフィススペースの提供を、結果として自治体が補っているともいえるが、全体としては若干供給過剰気味の傾向になるかと思われる。ここでの課題は前述したように、付加価値化を高める工夫であろう。

【図表 3-3-8 自治体が今後力を入れる支援内容】



3-3-4 発注者からみたSOHO支援団体の課題

発注者がどのような基準で、発注先を選定するかに関しては、アンケート調査によると、自治体の6割以上が「信頼性」と回答している（図表 2-3-6 P42）。またヒアリング調査でも民間企業の多くは信頼のおける企業へ発注していることがわかった（図表 3-3-9）。SOHO支援団体としては、発注者に対しての信頼を確保し、かつその信頼を維持向上していくことが重要である。

自治体に対するアンケート調査結果では、発注の際に重視する項目として、信頼性に次いで、品質や実績があがってきている。こうした項目が総合して信頼性につながると考えられるが、民間企業も、SOHO支援団体に対する評価基準としては「第一に品質。第二に受注体制、第三にコストと専門性」、あるいは「品質、コスト、納期」といった内容を挙げている。こうした項目が信頼性につながっていく。

品質を上げ、かつコストをできるだけ下げるためには、SOHO支援団体が不断の努力を積み重ねていくことが必要であるが、そこではスキル・ノウハウの蓄積とともに、スタッフ教育の仕組みなども含めた業務遂行体制の整備が重要となってくる。とくにSOHO支援団体の場合にはSOHO事業者をネットワークして業務を遂行するという形態であるので、その点が発注者側からみた際には、信頼感・安定感の欠如につながってしまう恐れがある。情報セキュリティの面をはじめとして、信頼感向上につながるような組織としての体制整備をSOHO支援団体は行わなければならないと思われる。

自治体が重視している「実績」については、一朝一夕にできるものではないので、とくに設立後間もないSOHO支援団体にとっては、この点が重視されると苦しいことが多い。この点についてはヒアリング調査で自治体から得られた次のような発言が解決のヒントとなる。「市役所がやっているものを委託する場合は、第一に実績、第二にコスト、それを裏付ける品質となる。提案型の委託の場合は、第一に事業内容、第二にコスト、第三に信頼性である」。つまり専門性を活かした提案型の業務受託を目指して自治体と接触を続ければ、事業内容が評価されて、かりに実績がなくても受託に至る可能性があるということである。また「同じ条件なら市内の業者が優先される」という地元優先の発言も一つの突破口となるかもしれない。

また、自治体でも民間企業でも発注の際に重視する要素として、SOHO支援団体の代表者や担当者のやる気や人柄・性格を挙げている。「機動力と柔軟な対応という意味でのやる気」「スタッフの人柄、努力」「企業とコラボレーションすることに前向きなこと」「こまめに動いてくれること」といった発言である。品質向上やコスト面の努力とともにこうした面をしっかりと押さえているかどうか、成功・失敗を分ける基礎部分になるとと思われる。

【図表 3-3-9 発注先に対する評価の基準】

発注者のタイプ	大手・中堅企業	子会社または中小企業
ICT・システム系の仕事をSOHO支援団体にアウトソーシングしている企業	○品質、受注体制、コストと専門性	○品質、コスト、納期
ホームページ制作はじめクリエイティブ系の仕事をSOHO支援団体にアウトソーシングしている企業	○創造力、管理能力、専門知識、コスト意識、提案力 ○企業とコラボレーションすることに前向きなこと、コミュニケーション、こまめに動いてくれること	○実績、信頼性、品質、納期、コスト、専門性 ○ワーカーについては、第一にやる気と吸収力、応用力 ○主婦を中心とするSOHO事業者は安定している家族環境
データ入力、マーケティング系の仕事をSOHO支援団体にアウトソーシングしている企業	○品質、経験、納期	○品質、納期、コスト

3-4 あるべき支援策に向けた課題の抽出と今後の方向性

3-4-1 各タイプごとの今後の方向性

(1) 支援タイプ「仕事支援型」における今後の方向性

支援タイプ「仕事支援型」における課題を整理すると下記ようになる。

支援タイプ	SOHO支援団体にとっての課題
仕事支援型	<ul style="list-style-type: none">● SOHO事業者に十分に仕事を提供できていない（とくにSOHO事業者側には紹介・斡旋のニーズが高いが対応できていない）● SOHO支援団体にスキル・ノウハウの蓄積が少ない● SOHO支援団体がSOHO事業者の信用保証を十分にしていない● SOHO事業者が下請け的に使われる場合がある● SOHO事業者との間で業務委託契約がかわされない場合が多い● トラブル処理やセキュリティ情報の提供など仕事支援に関連した新しい支援内容を充実していけていない

①コアとなるビジネスモデルの必要性

「仕事支援型」のSOHO支援団体にとっての最大の課題は、SOHO事業者に提供できる仕事の少なさである。

成功している団体では、スキル・ノウハウの蓄積が重要とされており、それがあれば仕事も得られ成功することがアンケート調査結果からわかった。そもそもスキル・ノウハウがなければ支援サービスは始められないわけであるから、単にスキル・ノウハウがあるだけでなく、いかに有効なスキル・ノウハウであるかが重要となる。実際グループインタビュー調査では、成功している団体が、細かなスキル・ノウハウをその団体独自のものとして培い蓄積してきていることが確認できた。どの団体も有しているようなスキル・ノウハウではなく、その団体の強みになるようなオリジナリティの高いスキル・ノウハウを有しているかどうか、成功を導く要素となっている。ある支援団体はそれを「ビジネスモデル」という言葉で表現していた。例えばSOHO事業者を活用して、パソコンやネットワークの設定サポート人材を供給するビジネスにおいて、SOHO事業者の教育支援体制やスキルアップ体制までトータルに構想してスキル・ノウハウをしっかりと作り上げてから、事業を立ち上げたという事例である。ここではビジネスモデルが練り上げられシュミレーションも行った上で経費が投下された。また、ソフトウェア技術者を支援し、企業に供給するビジネスを行っている団体では、経理・税務支援や事務代行、福利厚生サービスの提供、スキルアップの仕組み提供等のノウハウは、当初から充実していたわけではなく、まずは代表者が徒手空拳で必死に営業にまわるという試行錯誤のなかから時間をかけて徐々に作り上げられてきた。当初から今のビジネスモデルがあったわけではない。

規模の小さいSOHO支援団体のスタートアップ期においては、スキル・ノウハウを事前に十分に練り上げてから始めることは現実的には難しい。しかし他にはないコアの部分のスキル・ノウハウは必要とされるであろう。後者の事例についても、コアとなる部分はSOHO事業者としてのソフトウェア技術者をネットワークする、という他にはないモデルの部分があったからこそ、

成功への階段を上ることができたと考えられる。

すべてのSOHO支援団体が、そのような独自の“売り”となるスキル・ノウハウやビジネスのコアを持てることが理想である。しかしながらそれは難しい。ここでは独自さを各地域における独自さと捉え、成功しているSOHO支援団体のモデルを、各地域で真似て展開する方法が考えられる。

SOHO支援団体はそのような成功モデルを学べる場に積極的に参加していくことが重要であるし、また自治体をはじめとする公的セクターは、こうした機会を積極的に提供していくことが有効である。

②納期・品質・リスク管理面の基盤整備

グループインタビュー調査に参加したSOHO支援団体の多くは、とくに営利活動を行う民間企業の場合、独自のビジネスモデルを構築し、それを売りにして営業活動を行っていたが、その前に発注者から納期や品質、それにリスク管理の面での満足のいくレベルを求められるのは当然である。

そもそもSOHO支援団体自体が、組織内部にいる社員が業務を遂行するという形態ではなく、社外にいるSOHO事業者の仕事を外注するという形態であるため、そこに不安を抱く発注者もいる。どのように納期管理や品質管理をしており、またリスク管理をどのような体制で行っているのか、などについて明確に発注者に提示できるようになっていることが必要とされる。とくにSOHO支援団体が専ら発注者との交渉窓口となる形態の企業等の場合には、その体制があるかないかが受注できるか否かに直結してくる事項ともなる。グループインタビューの参加企業の1社は以下のように発言している。「他社にはできないセキュリティに配慮したデータエントリーのスキル・ノウハウを有している点が営業上の優位点である。セキュリティを売りにしたノウハウを前面に出すことによって、そこが付加価値となり継続受注に繋がることが多い」。

SOHO支援団体側が、この点をおろそかにすると、団体としての売りはコスト（の安さ）に収斂していってしまい、それはSOHO事業者を支援するどころか、SOHO事業者にコスト面でのしわ寄せを押し付けて、逆にSOHO事業者を圧迫する側になってしまうとも危惧される。

業務関連でSOHO支援を行おうとする場合には、こうした点への配慮が必要である。具体的には、SOHO支援団体が集まった組織や自治体はじめ商工会議所や商工会など公的機関が開催する啓発活動や研修等に参加して基礎的な知識を吸収することも考えられる。

発注者側のSOHO支援団体への認識を高め、SOHO支援団体への業務発注に直結する方策として、納期・品質・リスク管理面の基盤整備はぜひとも必要である。

③発注者の信頼を高める信用保証や損害賠償等の仕組みづくり

納期・品質・リスク管理面の基盤整備だけでなく、その他にも発注者の信頼を得るための仕組みがSOHO支援団体には必要と考えられる。

例えば、SOHO事業者の信用保証を発注者に対して行えば、成功の確率が高まるとアンケート調査からは導き出されたが、これは具体的には業務遂行保証（納期内の納品）や品質の保証をすることである。もしも納期が遅れそうな場合には、他のSOHO事業者に分割依頼するなどして、納期内に仕事が完成できるようにすることがSOHO支援団体には求められている。グルー

インタビュー調査では、成功している複数のSOHO支援団体は、業務の受発注や紹介・斡旋においての基本であると語っている。また、発注者に対して損害賠償の仕組みを有している団体の方が成功確率が高いという結果が、同様にアンケート調査結果からでてくる。

発注者の中には、SOHO事業者の仕事を出すことで発注者から受託した仕事を遂行している形のSOHO支援団体の場合、情報セキュリティ面や納期管理、品質面を不安に思うことも考えられる。これに対してSOHO支援団体側は、「SOHO事業者を活用することで、品質やコスト面などでメリットが大きい。他にはないビジネスモデルを有している。納期・品質・リスク管理面は当然のこととしてしっかりしている」と売り込むことになるわけであるが、さらに信用保証の面で具体的な仕組みを発注者に示せることや、損害賠償の仕組みを有していれば、それだけ発注者側の信頼感は増す。

損害賠償の仕組みなどについては、零細規模のSOHO支援団体が単独では、持ち得ない場合もある。そうした際には、そこを解決できるような、より大きな仕組みが求められるかもしれない。例えばSOHO支援団体の連合組織ができて、そこが協同で損害賠償の仕組みを提供するといったものである。

④SOHO事業者の立場やニーズへの注目

SOHO事業者がSOHO支援団体を利用していない理由として「下請けとして使われてしまうから」という回答が多くでてきたことは、SOHO支援団体の現状の一端を垣間見せてくれる。SOHO事業者の仕事が発注している団体の場合、発注という行為は結果としてSOHO支援になるとしても、ビジネス行為である限り「できるだけ安く使おう」という意識が芽生えることもまたあるに違いない。

真の意味でのSOHO支援団体を目指すのであれば、SOHO事業者の家庭状況や将来どのようになりたいのかといった事業者としての志向性、またどのような内容の仕事をどのような条件で行いたいのか、など各SOHO事業者の立場やニーズを把握したうえで、仕事の紹介・斡旋や発注などを行っていくことが望ましいと考えられる。

アンケート調査によれば、SOHO事業者のうち、仕事をSOHO支援団体から発注してもらうよりも、紹介・斡旋を望んでいる事業者が多かった。また、ヒアリング調査によれば、とくに専門性の高い技量を有したSOHO事業者は、直接発注者と業務上のやりとりをして、間にSOHO支援団体が入らないことを望んでいるとの傾向が強いとのことであった。他方、在宅で業務を行う主婦SOHO層など副業的なSOHO事業者は、SOHO支援団体からの仕事の発注を望んでいる場合が多いとのことである。すなわち、SOHO事業者の状況に応じた仕事の出し方やマネージの仕方が求められている。

そうしていくことが、仕事の品質を上げたり、また納期を守ることにつながる方策にもなるし、またそれは前述した発注者の信頼感獲得にもつながる。

SOHO事業者のニーズに応える方法を見てみると、成功・失敗の要因の箇所で、SOHO事業者との業務契約を結んでいる団体の方が成功確率が高いという結果が出たことは象徴的である。そのような基本となるビジネス上の仕組みが守られていることが最低限の成功条件であるわけだが、SOHO事業者と業務契約を結ぶにあたっては、SOHO事業者側のニーズも反映されるに違いない。SOHO事業者の立場や状況を把握した上で双方の合意で契約が結ばれる。契約締結

は双方にとってのリスク回避の方策でもあるし、また無用なトラブルを防止する第一歩でもある。もしSOHO事業者と契約書を交わしていないSOHO支援団体がいたら、まずはこの点から改善していくことが必要である。

基本となる仕組みを当然のこととして守るSOHO事業者が普通の存在になれば、SOHO事業者側も、もう下請けとして、安く使われると考えられる。

⑤SOHO支援団体としての立場から自治体とることが望ましい方向性

自治体のSOHO支援に対する意識は、現時点では決して高くない。何らかのSOHO支援を行っている自治体は2割弱で、またSOHO支援団体やSOHO事業者に現在業務発注を行っている自治体は1割に満たない。しかしながら今後の業務発注については、「現在発注を行っていないが、今後は行っていく予定である」は1割（10.4%）あり、全体で見れば2割近い自治体（17.0%）が今後SOHO支援団体やSOHO事業者への発注を行うことになる。

自治体がSOHO支援団体やSOHO事業者に業務発注する場合には、「経費削減」や「地域の産業起こしや活性化、雇用創出効果」が意図されているが、ここで注目すべきは、この2つの観点がちょうど同割合で重視されている点である。発注者を対象としたヒアリング調査では、4自治体にヒアリングを実施しているが、例えば埼玉県志木市では行政パートナーという制度をつくり、地域のNPO法人や任意団体に今まで行政内部で行ってきた業務を外注している。そこでの報酬額（時給）は、県の最低賃金にあたる数字から算出したものである。経費節減が可能となり、かつ地域活性化にも寄与している。

SOHO支援団体が自治体の仕事を受託する意味は、経済的基盤づくりの一助というだけでなく、SOHO支援団体側の信用力アップにつながるという点にも求められる。発注者へのヒアリング調査でも出てきているように、発注側の企業にとってはSOHO支援団体がどれだけの力を持っているかは大きな課題であるが、それは言い換えればどれだけその団体が信用に足るかということである。信用力がSOHO支援団体側にあれば、業務を発注しやすい。その信用力向上に自治体からの受託業務を遂行したという実績は大いに役立つ。

自治体が回答しているアンケート調査結果では、自治体が発注する際に最大に重視される点は「信頼性」であるが、今後、自治体は地域活性化と支援団体及びSOHO事業者の育成支援の観点から発注を起こすという視点を持つこともSOHOの発展のためには望ましいと考えられる。

(2) 支援タイプ「環境整備型」における今後の方向性

支援タイプ「環境整備型」における課題を整理すると下記のようなになる。

支援タイプ	SOHO支援団体にとっての課題
環境整備型	<ul style="list-style-type: none"> ●サービスを周知して多くのSOHO事業者に使ってもらえるようにできていない ●伝達する内容に訴求力が乏しかったり、支援機能を伝え切れていない。 ●相談・コンサルだけでなく、経理や事務代行等のビジネス支援や金融支援等の新サービスが求められているが、そこまで手がまわっていない

①SOHO事業者へのアピール度の向上

SOHO事業者向けの相談・コンサルテーションや事務代行等の環境整備型の支援策（提供機能・サービス）は、一度でも利用したSOHO事業者の満足度は高く、望まれている支援策といえる。一方で、SOHO支援団体の存在を知らず、こうした支援策があることも知らないSOHO事業者も多いことも指摘されている。

今回の調査では、相談・コンサルテーションに関する支援機能について、SOHO事業者側の利用率が低いという結果になっていることが、このタイプにおける課題である。

主な提供主体である商工会議所・商工会等は、できるだけ多くのSOHO事業者や、あるいはSOHO事業者の予備群層にこのようなサービスがあることを認知させていくことが重要である。成功している団体が、メディアを活用した情報提供に対して積極的であり、効果的に多様な媒体を活用していることは大いに参考になる。SOHO支援団体には、宣伝・PRに対して意識的に取り組み、宣伝PR戦略を構築する姿勢が求められる。

たとえば、SOHO事業者に向けての効果的なPRを行うにあたっては、地域内におけるSOHO支援の輪を盛り上げていくという方策も考えられる。地域内で、商工会議所・商工会が音頭をとるような形で、SOHO支援活動の輪を大きくすれば、認知度が上がり、商工会議所・商工会提供の支援メニューの利用者も増加していくものと考えられる。

②支援内容の拡充

「環境整備型」では、相談・コンサルテーション機能の他に、経理や事務代行のビジネス支援や金融支援サービスが提供されている。しかしながら相談・コンサルテーションが支援活動の大半を占めているために、他の支援活動が目だっていないと考えられる。

現状での利用率と提供率をみると、相談・コンサルテーションだけでなく、経理・事務代行等のビジネス支援や金融支援サービスも利用率は低く、供給過多になっている。しかしながら、今後の利用意向をみると、すでに支援団体の実施している支援策を利用しているSOHO事業者は、経理や事務代行等のビジネス支援や金融支援サービスを求めている割合が高くなっている。分析によれば、相談やコンサルテーションを受けて満足度の高かったSOHO事業者は、他のサービスも受けてみたいと望んでいるようである。

商工会議所・商工会が中心となって、こうした他のサービスにも力を入れていくという支援策ももちろん考えられるが、経理・事務代行等のビジネス支援や金融支援サービス、とくに前者においては、士業を中心とした個人がSOHO支援を行っている場合が多いことも今回の調査からわかっている。すべてを商工会議所・商工会が行わなくても、他の主体との連携のもとに、今までは若干手薄であった他のサービスにまで支援内容を拡充していくという方向性が求められている。

(3) 支援タイプ「交流・研修型」における今後の方向性

支援タイプ「交流・研修型」における課題を整理すると下記ようになる。

支援タイプ	SOHO支援団体にとっての課題
交流・研修型	<ul style="list-style-type: none">●ビジネス展開に結びつくようなサービスを提供できていない●サービス提供スタッフの人員が手当てできていない●いかに魅力的で費用が取れるような催しを開けるかという企画力を増強し、費用徴収を前提としてサービスを組み立てることができていない

①ビジネスに結びつく交流・研修の提供

SOHO事業者向けの交流の場の提供や研修の実施といった「交流・研修型」の支援策（支援機能・サービス）は、主としてNPO法人がその担い手になっていることが今回の調査で判明した。こうした支援策に対しては7～8割方のSOHO事業者が望んでいるサービスであると回答しており、その満足度は高い。交流の場の提供を通じては、約7割のSOHO事業者が人脈を拡大しているとも回答している。

しかしSOHO事業者のなかには、それをビジネス展開にまでつなげられない事業者もいる。そうした事業者に対しては、もう一步踏み込んだ支援活動が望まれる。

具体的には、SOHO事業者のビジネス内容にまで踏み込んだ支援とならざるをえず、支援サービスは手間がかかり、そのためにはある程度以上の技量をもった人材の人員数も必要となってくる。成功・失敗の要因分析の箇所では人員の数が確保できていないことが失敗の要因となる確率が高くなっていることがわかったが、この点は、こうした課題とも関連していると思われる。

今後の方向性としては、ノウハウやスキルを持つ人材の再雇用の推進などが考えられる。たとえば、この支援策の担い手であるNPO法人という主体の性格に期待したい。SOHO支援団体として回答を寄せたNPO法人には、情報化社会の進展や経済活性化、まちづくりの進展などを掲げたNPO法人が多かったが、その構成員には退職者層や主婦層など今までビジネスフェーズの前面には出てこなかった層も多く、そうした人材の活躍も目立つ。

また、退職層は、地域に根ざした社会的な活動を求めている。居住地に近いスモールオフィスや、自宅を拠点として活動を展開するSOHO事業者層を支援する人材として適している。さらに、そうした退職者層自体もSOHO事業者であると捉えれば、支援団体が結節点となってSOHO事業者同士を結びつける役割も果たしていることになる。交流の場を提供するだけでなく、その先のビジネス展開への発展も支援できるプラットフォームとしての役目を担うことも有効策と考えられる。

②採算性がとれる支援サービスの展開

「交流・研修型」の支援策（支援機能・サービス）のうちの「交流の場の提供」機能を取りあげれば、失敗要因として費用を徴収していないことや公的支援等を受けていないことが挙がっていた。

相談・コンサルティングの実施を行っているSOHO支援団体のうちの約4割で費用徴収は行なわれていないし、また「とくに採算を目的としてはいない」との回答も6割以上になってい

る。これは交流の場の提供についても同様のことがいえ、交流の場の提供を行っている団体のうち約35%は費用徴収は行っていないし、また「とくに採算を目的としてはいない」との回答も約8割になっている。

今後の方向性としては、SOHO事業者が費用を支払ってもいいと思えるようなサービス内容にしていくということが重要である。交流の場の提供を例にとると現時点でSOHO事業者は大半が、費用を適切だと思っているが、これは無料の場合が多いからとも考えられる。有料にした際にもSOHO事業者が満足するだけのサービス内容としていけるかどうかSOHO支援団体側には問われている。

費用が徴収できるようになれば、そこから収益もあがり、それが人材確保にもつながって好循環がうまれてくる。初期段階ではずみをつけたり、また継続して採算性をとっていくにあたっては、メディアの活用にもSOHO支援団体は積極的になるべきであろう。宣伝・PRについては、成功・失敗の要因を考える際に、テレビや新聞で取り上げられたかかどうかといったメディアの効果が非常に大きな要素であることが今回の調査からわかった。サービス機能の多くにおいて、テレビや新聞などのメディアの効果がないうことが失敗の要因となっているという回答結果である。逆にメディアをうまく活用すれば集客にもつながるし、SOHO事業者のビジネス展開の大きな牽引力ともなる。SOHO支援団体はメディア対策への優先度は上げるべきである。

また、交流の場の提供を行っているSOHO支援団体では「公的機関の相談窓口等と連携し、この機能・サービスを提供していないこと」が失敗要因として挙げられている。SOHO支援団体側は、意識して自治体や商工会議所・商工会などの公的性格を帯びた団体との連携を模索すべきであり、また自治体や商工会議所・商工会側は、NPO法人などをはじめとしたSOHO支援団体との協働を考えることに、いま以上に積極的になる必要がある。

(4) 支援タイプ「スペース提供型」における今後の方向性

支援タイプ「スペース提供型」における課題を整理すると下記ようになる。

支援タイプ	SOHO支援団体にとっての課題
スペース提供型	<ul style="list-style-type: none"> ●単なるスペース貸しの発想を超え、SOHO事業者のビジネス展開をサポートするようなサービスができていない ●ビジネスコーディネーターやビジネスプロデューなどビジネスを作れる人材が確保できていない ●付加価値型のスペース提供サービスで収益構造を作れていない

①SOHO事業者のビジネス展開支援

「スペース提供型」の支援策については、自治体を中心にして公的性格を帯びた団体が担っている場合が多いが、民間企業がまったく担っていないわけではない。

公が行うにしても民が行うにしても、今後は単なるスペース貸しの発想だけにとどまらず、入居者であるSOHO事業者のビジネスをトータルにサポートできるような仕組みを提供側は考えるようになることが重要と考えられる。なぜなら、全国のSOHO事業者向けインキュベーションスペースのなかでも成功している所では、積極的に入居者のビジネス展開を支援するインキュベーションマネージャーが存在するところが多い。例えば、ある優秀なインキュベーションマネ

ージャーは、公的性格を帯びた団体が提供しているインキュベーションスペースに、地元銀行から出向する形で勤めているが、彼はSOHO事業者と一緒にビジネスモデルを作り上げ、売り先開拓の営業活動も行う。また意識的にマスコミと接触を図り、入居しているSOHO事業者の宣伝・PRに努めている。仕事の斡旋や紹介を行うにしても、マスコミに取り上げられることが、成功に向けての重要な要素だからである。

インキュベーションマネージャーには、SOHO事業者の状況を把握した上で、その目線に立った支援内容を実施し、とくにビジネス展開へとつなげていけるように支援を行っていくことが求められる。

(5) タイプを横断した今後の方向性

①SOHO支援団体の認知度向上の必要性

SOHO支援団体がSOHO事業者から十分に認知されていないことは、SOHO事業者へのアンケート調査結果からも明らかである。SOHO事業者が支援団体を利用しない理由では、回答したSOHO事業者の7割近くがSOHO支援団体の存在を知らないことが理由であった。

また発注者側からみても同様に認知度が低いことは、発注者に対してのヒアリング調査結果からも認められた。SOHO支援団体に対して業務を発注している企業や自治体に対してのヒアリング調査を試みたわけであるが、まずそうした発注者を探す事自体が難しく、またヒアリングの際にもSOHO支援団体について十分に説明し理解してもらう所から調査を始めざるをえない所が多かった。

そうした現状を踏まえても、まずはSOHO支援団体が、SOHO事業者及び発注者側に認知されるようになることが重要であろう。さらに言えば、今後SOHO支援を始める層に対しても、このような団体があるということが伝わる必要がある。

ではどのようにしたら、SOHO支援団体の認知度を向上させることができるのであろうか。まず第一歩目の方策としては、SOHO支援団体の実態が把握され「SOHO支援団体が数多く存在する」ということが広く告知される必要があると思われる。

②公民の連携と公の担う役割

SOHO支援団体の認知度向上のための一つの方向性として、SOHO支援団体同士の横の連携が考えられる。調査結果からは、自治体はSOHO支援のスペースを提供し、商工会議所・商工会は融資や税務サポート等SOHO事業者の業務環境整備に関わる支援を主として行っているという図式が把握できたが、そうした支援活動と、民間企業が主として実施している業務面での支援（仕事の紹介・斡旋や発注など）とは横の連携がとれているケースは少ないと考えられる。それぞれ独立して活動が行われている中で、もしもここに横の連携が生まれると、SOHO支援活動が活発化し、かつSOHO支援団体の認知度も向上するという望ましい流れが創出されるように考えられる。

そのような際に、自治体や商工会議所・商工会など公的主体が果たす役割は大きい。公的主体がSOHO支援という概念を明確に打ち出して、地域内で動きを作っていくことで、その地域におけるSOHO支援団体の認知度が格段に向上するであろうし、また民間企業と公

的主体との役割分担もより明確にさせた上で、SOHO支援にとり組めば、SOHO支援に関しての成功モデルをその地域内で作りだせる。公的主体が中心となって、実質的にSOHO支援活動を行っている民間企業の横の連携を図るとか、SOHO支援団体のPRにあたる活動を行うとか、あるいは自治体が提供しているインキュベーションスペースを拠点にして地元のNPO法人と協働したイベント実施や相談窓口の開設を行うといった、様々な活動展開が想定できる。

グループインタビュー調査からも公的支援にはいくつかのパターンがあることがわかった。例えばあるNPO法人は設立時から地元商工会や自治体と一体になってSOHO支援活動を行ってきたり、またあるNPO法人は設立時に社会福祉協議会と一緒に活動を展開してその基盤を作った。公的セクターとの“協働型”である。またある任意団体は立ち上げ期に公募型の公的助成金を獲得することで活動にはずみをつけ同時に信用向上にも利用した。“助成金獲得型”である。またあるNPO法人は、自治体からの業務発注を受けることで経営基盤の強化と信用力向上を手に入れた。“業務受託型”である。このようにいくつかのパターンがあるが、公的な支援がSOHO支援団体にとってプラスに働いたことは確かである。

一つの具体的な方向性としては、自治体による“業務発注を通じた公的支援”が挙げられる。とくに市区町村で、今後SOHO支援団体やSOHO事業者に対して業務発注を行う予定の自治体が多いことがわかっているが、こうした傾向が各地域で起きてくると想定できる。これも一つの公的支援の有り方である。自治体とNPO法人等の非営利活動団体との連携は“協働”という言葉で語られることも多く、これは“協働型”であり、また“業務受託型”の公的支援のパターンであるが、このような形で今後SOHO支援団体が増加し発展していく可能性は高い。

3-4-2 SOHO支援団体が成功するための10カ条

前述したSOHO支援団体にとっての課題から、10のキーワードを抽出した。「①契約」「②納期管理・トラブル防止」「③信用保証」「④マネージメント」「⑤SOHO事業者のニーズ」「⑥ビジネスモデル作成」「⑦情報セキュリティ」「⑧情報交換、連携」「⑨費用徴収」「⑩メディアの活用」である。

①～④は、SOHO支援団体の成功要因としてアンケート調査結果から導かれた「スキル・ノウハウの蓄積があること」に対応する、具体的内容を示すキーワードとなっている。仕事関係でSOHO事業者を支援する活動であるからこそ抽出された、SOHO支援団体にとって特有のスキル・ノウハウを示すキーワードである。

⑤のキーワードは、アンケート調査の分析でSOHO事業者が望んでいる支援内容とSOHO支援団体の提供内容との差異を見た箇所から導かれたものであるが、とくに仕事の紹介・斡旋を望む割合の高いSOHO事業者のニーズのことを指している。

⑥のキーワードの「ビジネスモデル」とは「利益や企業価値を生み出す事業のしくみ」という意味であるが、これはグループインタビュー調査において成功している複数のSOHO支援団体から聞かれた言葉である。SOHO支援団体にとっての大きな課題の一つはSOHO事業者に提供できる仕事の少なさであるが、それを解決する方策として、ビジネスモデルの重要性がある。

同様に⑦も、グループインタビュー調査でSOHO支援団体から出たキーワードである。発注者からの信頼を得ることが仕事獲得につながるが、そうした場面におけるキーワードといえる。これは発注者に対してのヒアリング調査結果からも導くことができる。

⑧以下は、仕事環境の整備など背景的な支援を行うSOHO支援団体にとってのキーワードとして抽出したものである。タイプ2「環境整備型」やタイプ3「交流・研修型」の支援内容を行うSOHO支援団体にとってのキーワードである。

⑧に関しては、アンケート調査結果および非営利団体に対して行ったグループインタビュー調査の結果から導いたキーワードである。グループインタビューに参加したNPO法人などの非営利団体においては、公的な機関等との連携や情報交換の事例が数多く語られたことから導いたものである。

⑨及び⑩のキーワードは、アンケート調査結果における成功・失敗要因の分析の箇所から抽出した。

①～⑩のキーワードごとに支援策の方向性をまとめ、SOHO支援団体が成功するための10カ条を作成した。

SOHO支援団体が成功するための10カ条

<仕事関係でSOHO事業者支援を行う場合>

- 1. SOHO事業者に業務発注をする際は、必ず契約をとりかわすこと**
(SOHO事業者との間でのトラブル回避やリスクを軽減につながるし、SOHO事業者からも信頼を得て、それが団体としての信用向上につながる)
- 2. 納期管理は徹底し、トラブル対策は事前に講じておくこと**
(SOHO事業者と責任分担して解決するのはもちろんのこと、納期管理体制を確立し、決して発注者に心配をかけないようにすることが、継続した業務受注につながる)
- 3. SOHO事業者の信用を保証し、損害賠償の仕組みも用意すること**
(発注者に対しては、業務を行うSOHO事業者の信用保証をし、かつトラブルや契約不履行時には損害賠償もするといった仕組みを提示すれば、発注者に対しての信頼性は格段に向上)
- 4. SOHO事業者の事情や家庭状況等を把握し、マネージすること**
(SOHO事業者は家庭の事情で急に業務ができなくなることもある。普段から可能性を想定して適切なマネージをしておかないと、納期遅れや契約不履行につながりかねない)
- 5. 業務の紹介や斡旋を望むSOHO事業者のニーズに敏感になること**
(SOHO事業者にとって、業務を受注したいというニーズも高いが、それ以上に紹介や斡旋をしてもらいたいとのニーズが高い。Web上でのマッチング仕組みの提供など、SOHO事業者のニーズにはいつもアンテナをはって対処したい)
- 6. 業務受注を増やすには独自のビジネスモデルを作るか、真似ること**
(発注者にとって“SOHO支援”は関係ない。SOHO事業者を活用することで生じる独自の“売り”がないと受注につながらない。成功しているモデルを参考にするのも一方策)
- 7. セキュリティ面で仕組みを整備し、発注者の信用を得ること**
(成功しているSOHO支援団体は、セキュリティ面での仕組みを整備し発注者からの信頼を得ている)

<仕事環境の整備など背景的な支援を行う場合>

- 8. 公的、民間各セクター間での情報交換、連携を模索すること**
(現状、相談やコンサル等の背景的支援は主に公的セクター(自治体、商工会議所、社団法人等)が担っている。研修セミナーや交流の場の提供等はNPO法人も担うが、仕事の紹介・斡旋や受注等は民間企業が主に担っており、そうした公・民間が連携してSOHO支援にあたるのが成功の決め手)

※ SOHO支援団体の支援を通じSOHO事業者の活動が発展していくことが、地域の活性化に繋がると期待されるため、自治体等の公的セクターの立場からも積極的に民間の支援団体等と連携・協働することにより、地域においてSOHO支援を効果的かつ効率的なものとしていくことが望まれる。
- 9. サービス提供にあたっては費用徴収をできるようにすること**
(成功しているSOHO支援団体は、そのサービスについて費用を徴収できている。SOHO事業者がお金を支払ってもよいと思えるようなサービスでなかったらむしろ提供しない方がよい)
- 10. メディアを効果的に活用すること**
(成功しているSOHO支援団体は、新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている、またホームページやメール、パンフレット等のPR効果も高い。伝達内容や方法を意識した上でメディアを活用せよ)

資料編

1 SOHO支援団体における各支援内容

1-1 SOHO支援団体（自治体を除く）における各支援内容の詳細

各支援策（支援機能・サービス）の現況について、SOHO事業者に詳細に質問した結果について以下に資料編として掲載する。

1-1-1 SOHO事業者への仕事の紹介・斡旋

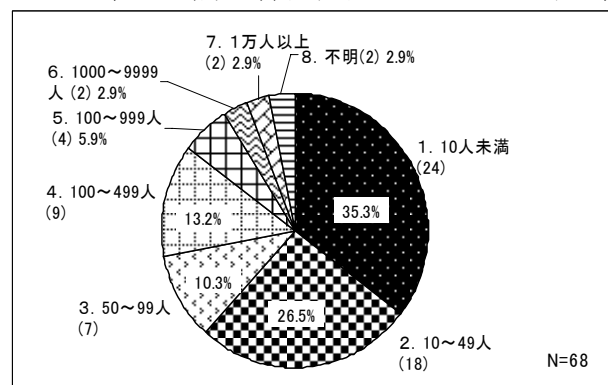
[同サービスを実施している76団体(38.0%)のうち詳細質問に回答した有効数は68団体]

(1) 利用者の数とタイプ・業種

一つの支援団体が「仕事の紹介・斡旋」で支援しているSOHO事業者の数は「10人未満」の回答が最も多く35%。50人未満でみると6割となる。同じく対象層は、専業で拡大志向をもち専門性が高いSOHO事業者を主として支援している。支援先のSOHO事業者の業種は、「ホームページの企画・制作、運用・メンテナンス」、「情報システム・ソフト開発」、「データ入力、DTP」が多い。

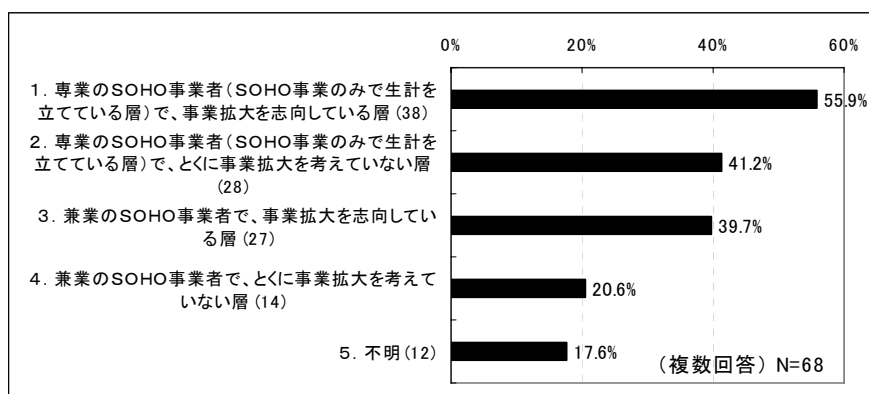
「1万人以上」の回答も2.9%あるが、この団体はインターネット上でマッチングサイトを運営しており、そこでSOHO事業者への仕事の紹介・斡旋を行っている。

【資料編図表 1-1-1 「仕事の紹介・斡旋(マッチングサイトの提供も含む)」の利用者数】



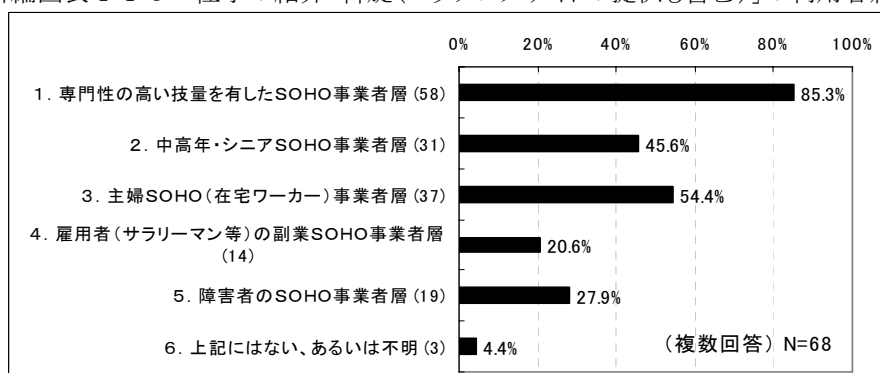
主に専業のSOHO事業者に対して支援が行われているが、兼業のSOHO事業者も支援対象となっていることは注目される。また「事業拡大を志向している層」と「事業拡大を考えていない層」では前者に対して仕事の紹介・斡旋がなされている比率が高い。

【資料編図表 1-1-2 「仕事の紹介・斡旋(マッチングサイトの提供も含む)」の利用者属性(1)】

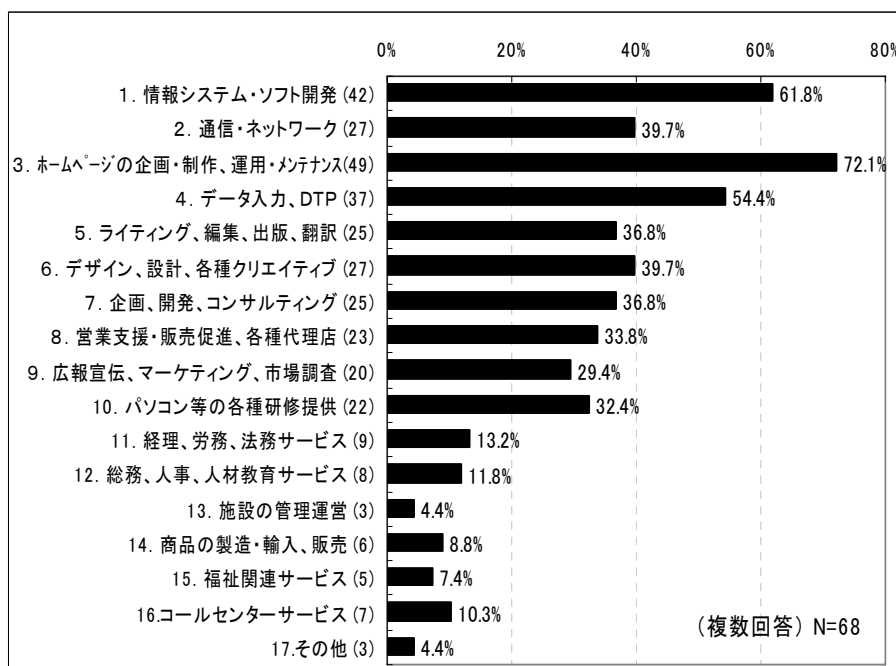


「主婦SOHO(在宅ワーカー)事業者層」や「中高年・シニアSOHO事業者層」に対しても半数程度のSOHO支援団体が仕事の紹介・斡旋をしていることは注目される。

【資料編図表 1-1-3 「仕事の紹介・斡旋(マッチングサイトの提供も含む)」の利用者属性(2)】



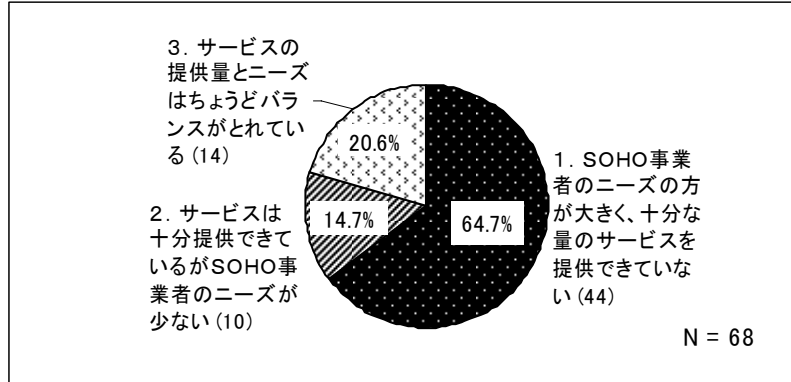
【資料編図表 1-1-4 「仕事の紹介・斡旋(マッチングサイトの提供も含む)」の利用者の業種】



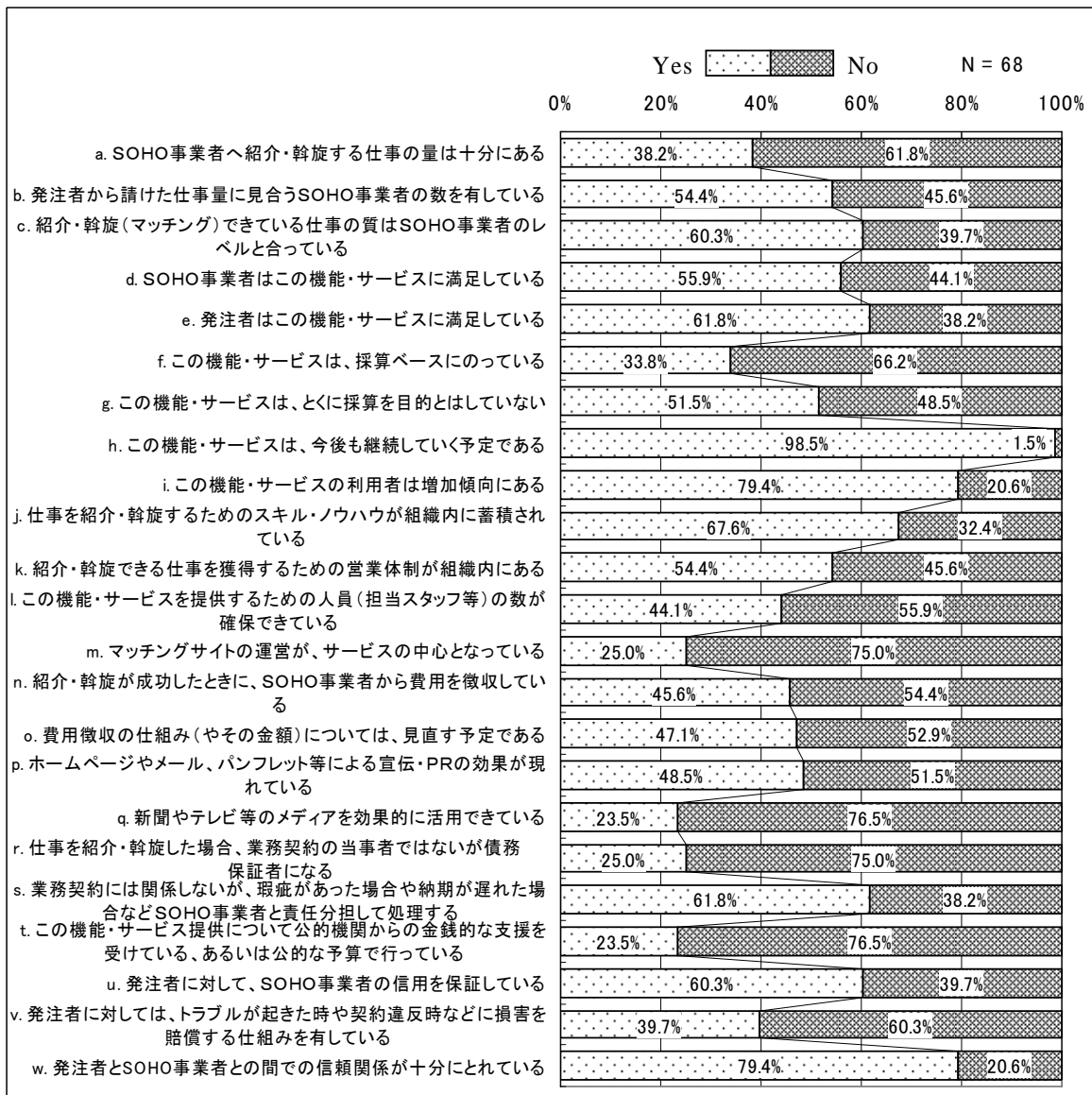
(2) 提供状況

紹介・斡旋できる仕事が少なく、SOHO事業者のニーズに十分に答えられていない。この支援活動が採算ベースにのっていない団体が7割近くあるが、利用者は増加傾向にあり、ほぼ全団体が活動を継続していくと回答。

【資料編図表 1-1-5 「仕事の紹介・斡旋（マッチングサイトの提供も含む）」の需給状況】



【資料編図表 1-1-6 「仕事の紹介・斡旋」に関する現状（Yes-No 質問の回答結果）】



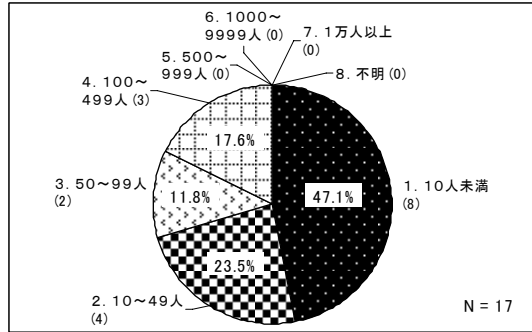
1-1-2 仕事の条件についての代理交渉や契約サポート

[同サービスを実施している 27 団体 (13.5%) のうち詳細質問に回答した有効数は 17 団体]

(1) 利用者の数とタイプ・業種

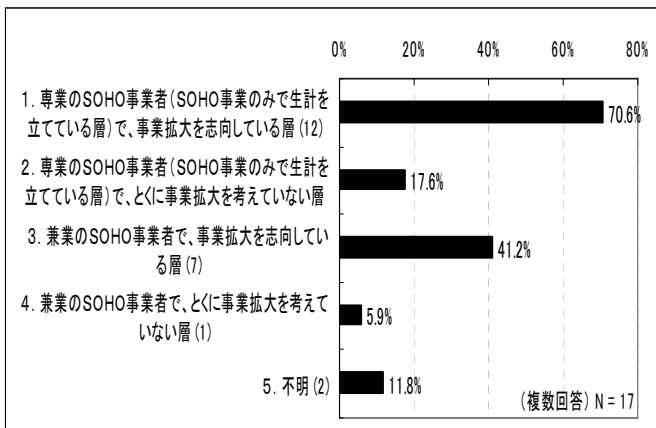
半数近くの支援団体は「10人未満」のSOHO事業者を対象として代理交渉や契約サポートを実施。対象者は、専業で拡大志向、専門性の高い情報系のSOHO事業者が多い。

【資料編図表 1-1-7 「代理交渉や契約サポート」の利用者数】



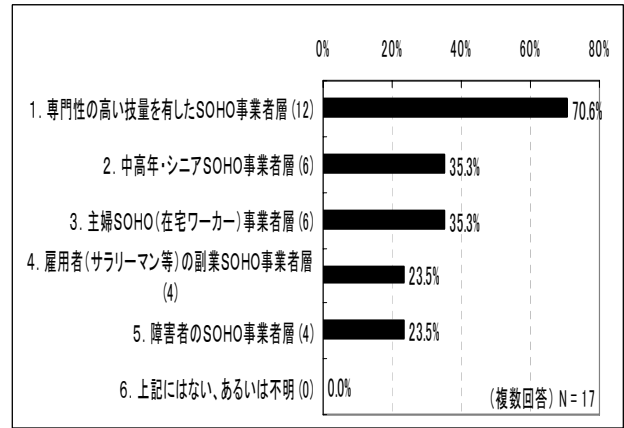
【資料編図表 1-1-8

「代理交渉や契約サポート」の利用者属性(1)】

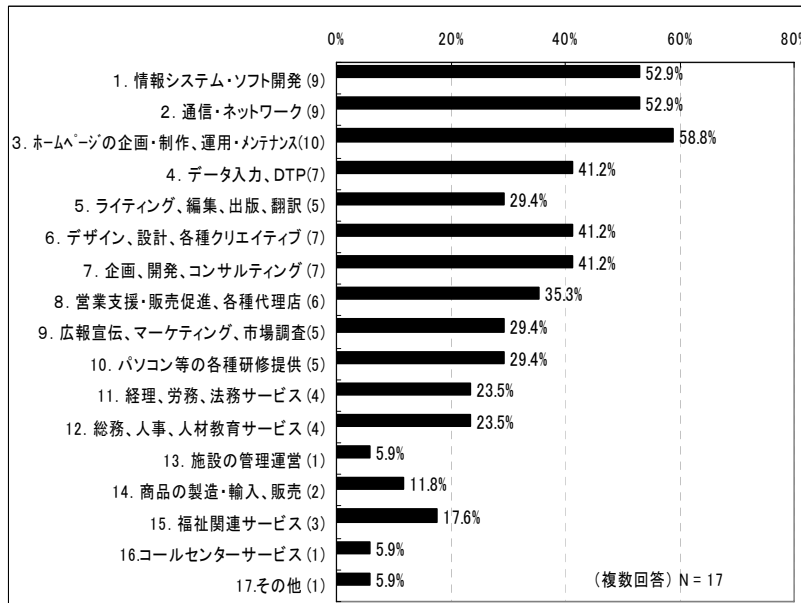


【資料編図表 1-1-9

「代理交渉や契約サポート」の利用者属性(2)】



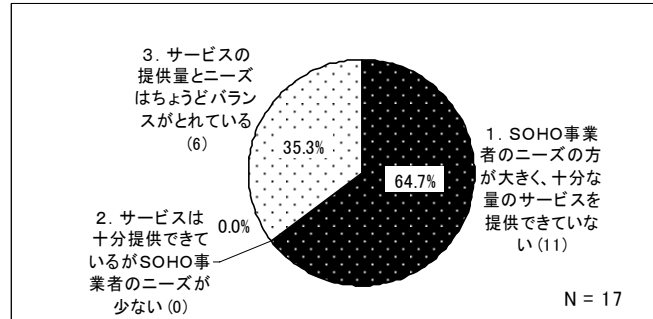
【資料編図表 1-1-10 「代理交渉や契約サポート」の利用者の業種】



(2) 提供状況

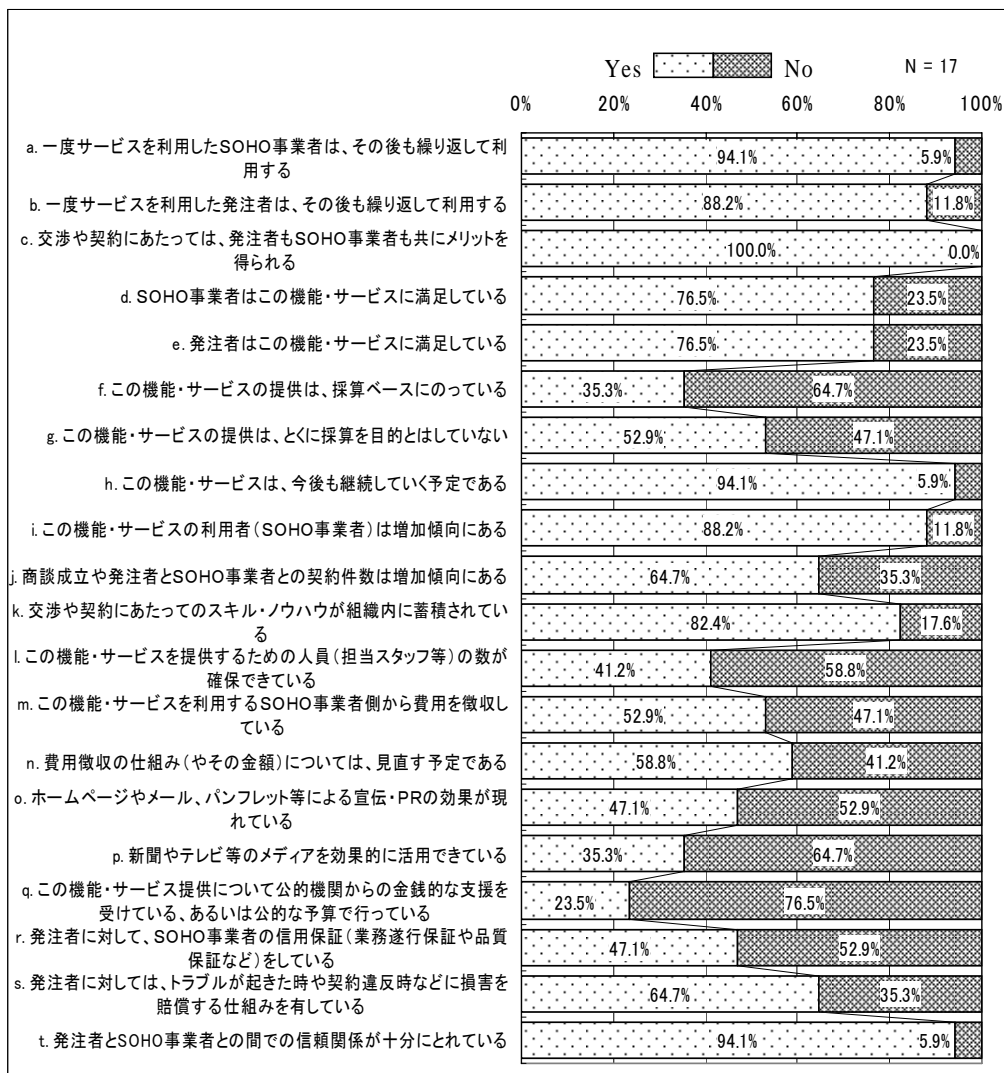
SOHO事業者はこのサービスを繰り返し利用し満足度も高い。利用者も増加傾向にあるが、サービスを受けたいというSOHO事業者のニーズに、支援団体側は十分対応できていない。費用徴収を行っている団体は6割程度で、採算ベースにのっていない団体が65%だが、活動を継続すると回答している団体がほとんど。

【資料編図表 1-1-11 「代理交渉や契約サポート」の需給状況】



利用者が増加傾向にあると約9割の団体が回答しており、ここからもこのサービスに対してのニーズの高さがうかがえる。

【資料編図表 1-1-12 「仕事の条件についての代理交渉や契約サポート」に関する現状 (Yes-No 質問の回答結果)】



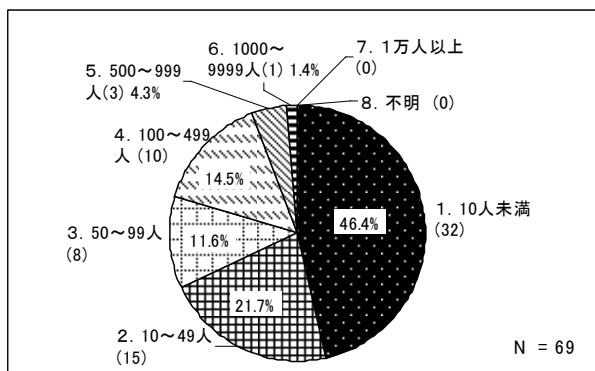
1-1-3 SOHO事業者向けの仕事の受注とSOHO事業者への仕事の発注

[同サービスを実施している83団体(41.5%)のうち詳細質問に回答した有効数は69団体]

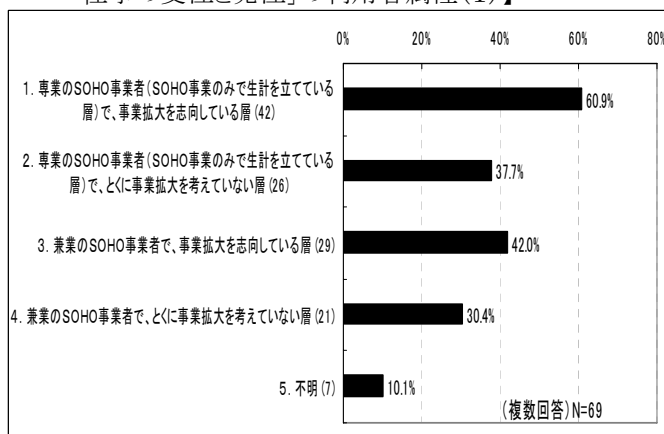
(1) 利用者の数とタイプ・業種

半数近くの支援団体は「10人未満」のSOHO事業者に仕事を発注。専門性が高く専門のSOHO事業者が主たる対象だが、主婦SOHO(在宅ワーカー)を対象としている団体も55%ある。業種で見ると「ホームページの企画・制作、運用・メンテナンス」や「データ入力、DTP」、「情報システム・ソフト開発」のSOHO事業者を対象とすることが多い。

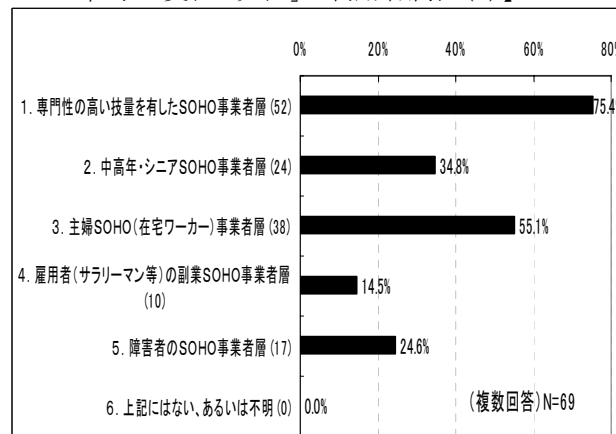
【資料編図表 1-1-13 「仕事の受注と発注」の利用者数】



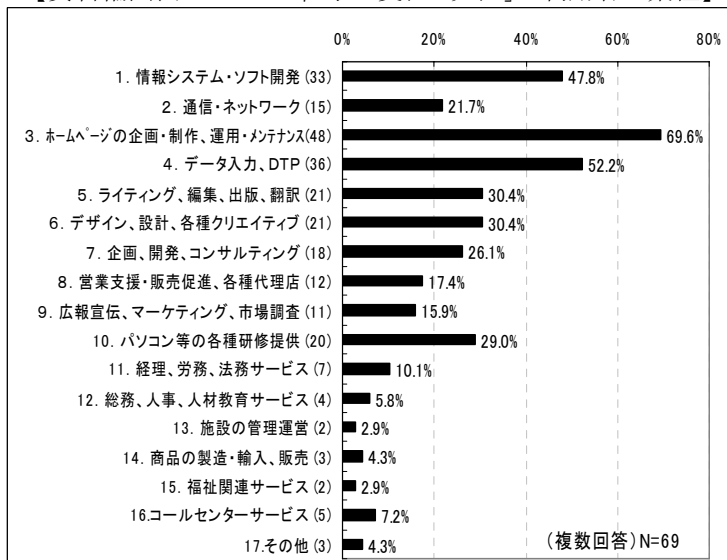
【資料編図表 1-1-14 「仕事の受注と発注」の利用者属性(1)】



【資料編図表 1-1-15 「仕事の受注と発注」の利用者属性(2)】



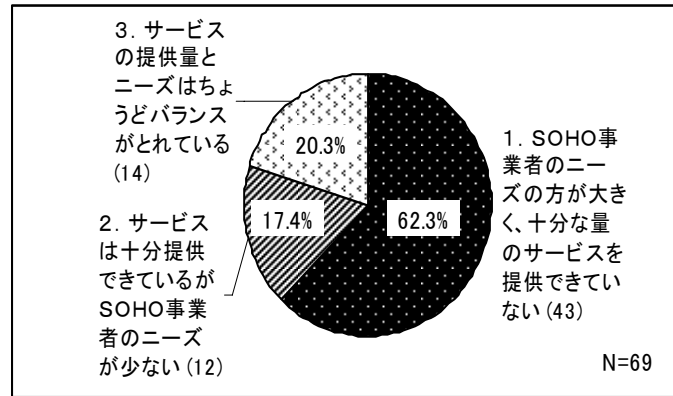
【資料編図表 1-1-16 「仕事の受注と発注」の利用者の業種】



(2) 提供状況

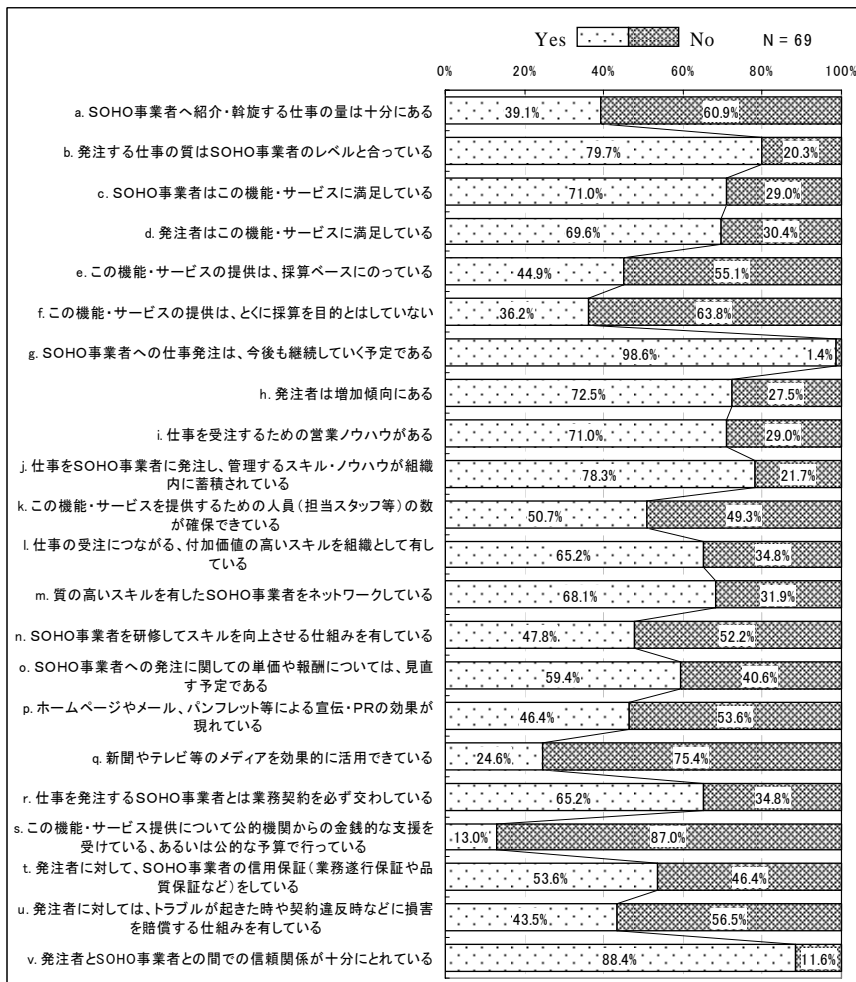
仕事の量が少なく、SOHO事業者のニーズに十分に答えられていない。採算ベースにのっていないとする団体は55%あるが、利用者は増加傾向にあり、ほぼ全団体が活動を継続していくと回答。SOHO事業者と業務契約をかわしていない団体は35%にのぼる。発注者に対して、業務の遂行保証や品質保証をしている団体は5割強。また発注者に対しての損害賠償の仕組みを有している団体は4割強。

【資料編図表 1-1-17 「仕事の受注と発注」の需給状況】



「a. SOHO事業者へ発注する仕事の量は十分にある」は、noの回答が約6割(60.9%) Yesの回答が(39.1%)で仕事量が必ずしも潤沢ではないことがみてとれる。ここに課題がある。

【資料編図表 1-1-18 「仕事の受注と発注」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】



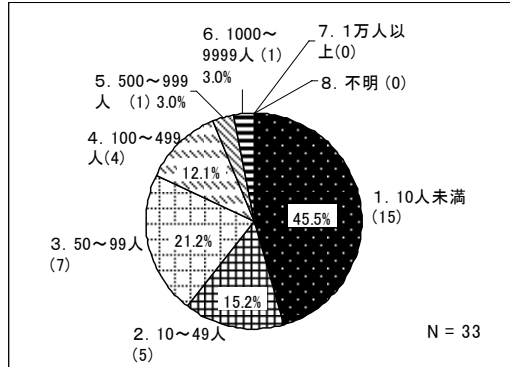
1-1-4 SOHO事業者に対する納期・スケジュール管理や業務の品質管理

[同サービスを実施している43団体(21.5%)のうち詳細質問に回答した有効数は33団体]

(1) 利用者の数とタイプ・業種

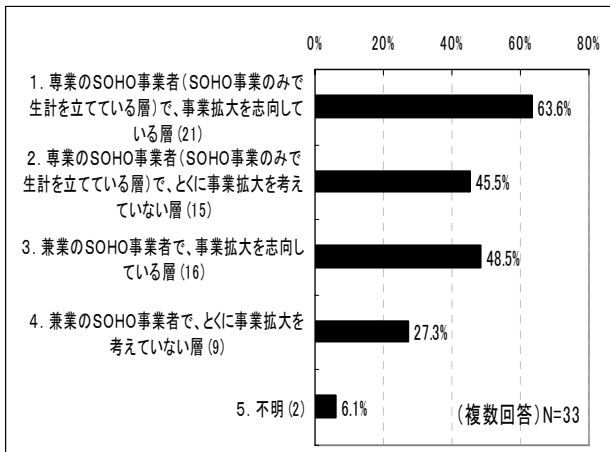
サービスを提供しているSOHO事業者の数は「10人未満」との団体が半数近い。専門性の高い専業で拡大志向のSOHO事業者へサービスが提供される比率が高いが、主婦SOHO(在宅ワーカー)にサービスを提供している団体も半数以上いる。業種では、「ホームページの企画・制作、運用・メンテナンス」や「データ入力、DTP」が多い。

【資料編図表 1-1-19 「納期管理や品質管理」の利用者数】



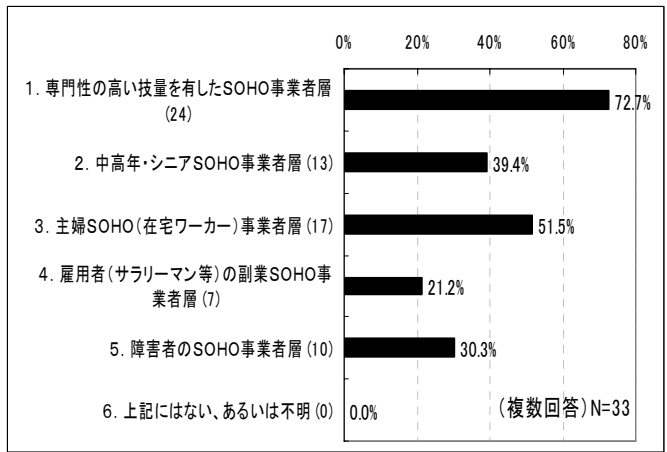
【資料編図表 1-1-20

「納期管理や品質管理」の利用者属性(1)】

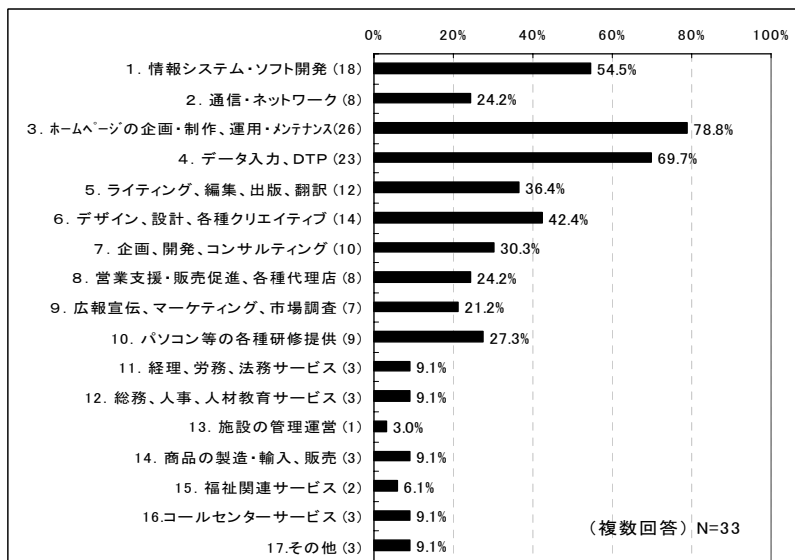


【資料編図表 1-1-21

「納期管理や品質管理」の利用者属性(2)】



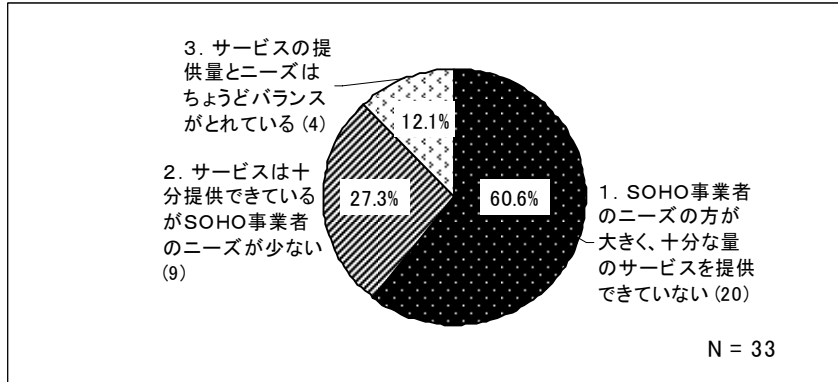
【資料編図表 1-1-22 「納期管理や品質管理」の利用者の業種】



(2) 提供状況

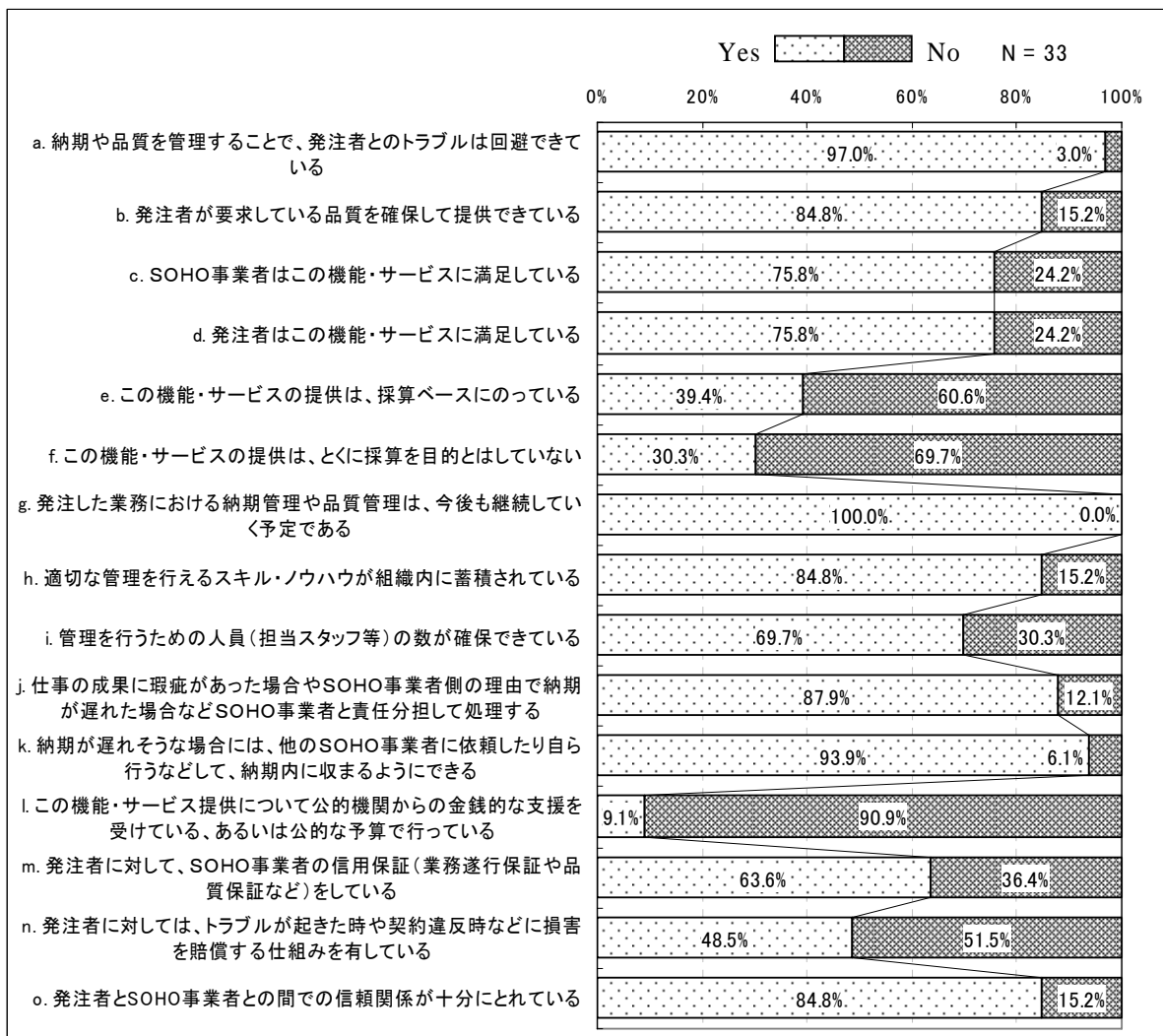
SOHO事業者のニーズに応えられていないとの回答が6割を超える。採算ベースにのっていない団体も約6割いる。ほぼ全ての団体が、納期や品質を管理することで発注者とのトラブルは回避できている。

【資料編図表 1-1-23 「納期管理や品質管理」の需給状況】



「a. 納期や品質を管理することで、発注者とのトラブルは回避できている」には、100%近くの団体が Yes と回答し、また「b. 発注者が要求している品質を確保して提供できている」とする団体も大半である。

【資料編図表 1-1-24 「納期管理や品質管理」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】



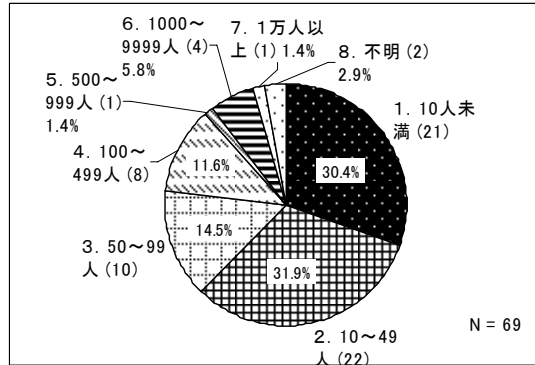
1-1-5 SOHO事業者向けの研修やセミナー等の実施

[同サービスを実施している89団体(44.5%)のうち詳細質問に回答した有効数は69団体]

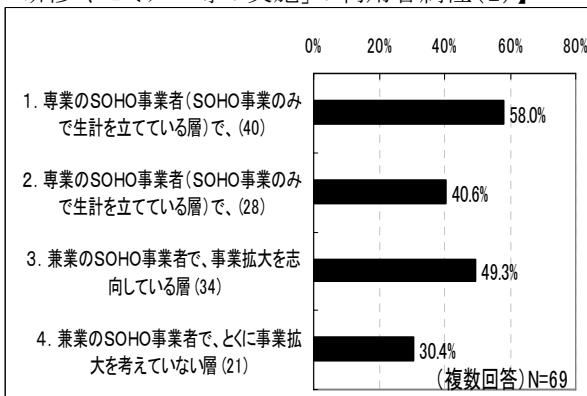
(1) 利用者の数とタイプ・業種

研修やセミナーは「50人未満」のSOHO事業者を提供されている場合が6割を超える。拡大志向をもったSOHO事業者層に主として提供されているが、その層の中でも専業だけでなく兼業層に提供されることも多い。主婦SOHO(在宅ワーカー)や中高年・シニアSOHO、障害者のSOHO事業者層に提供される割合も、他の支援サービスに比べて高い比率となっている。業種では、「ホームページの企画・制作、運用・メンテナンス」や「データ入力、DTP」が多い。

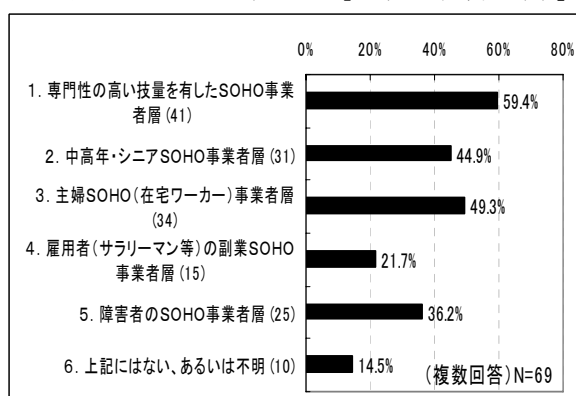
【資料編図表 1-1-25 「研修やセミナー等の実施」の利用者数】



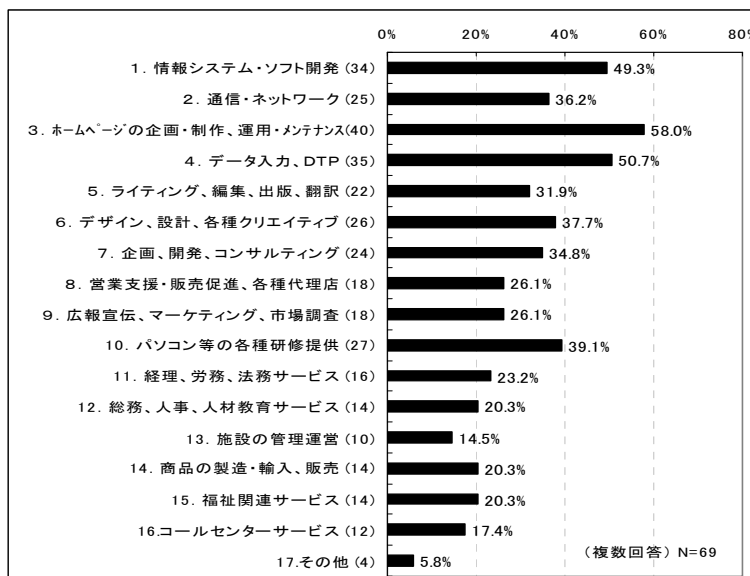
【資料編図表 1-1-26 「研修やセミナー等の実施」の利用者属性(1)】



【資料編図表 1-1-27 「研修やセミナー等の実施」の利用者属性(2)】



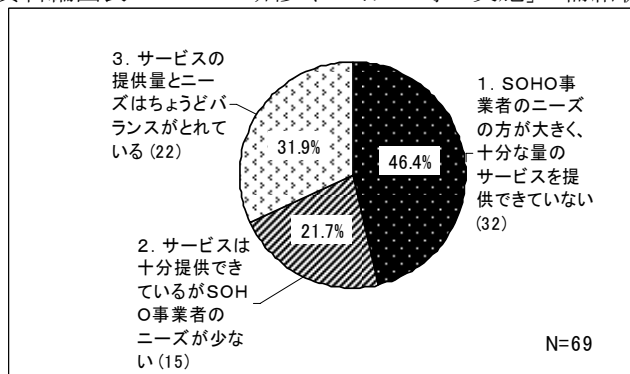
【資料編図表 1-1-28 「研修やセミナー等の実施」の利用者の業種】



(2) 提供状況

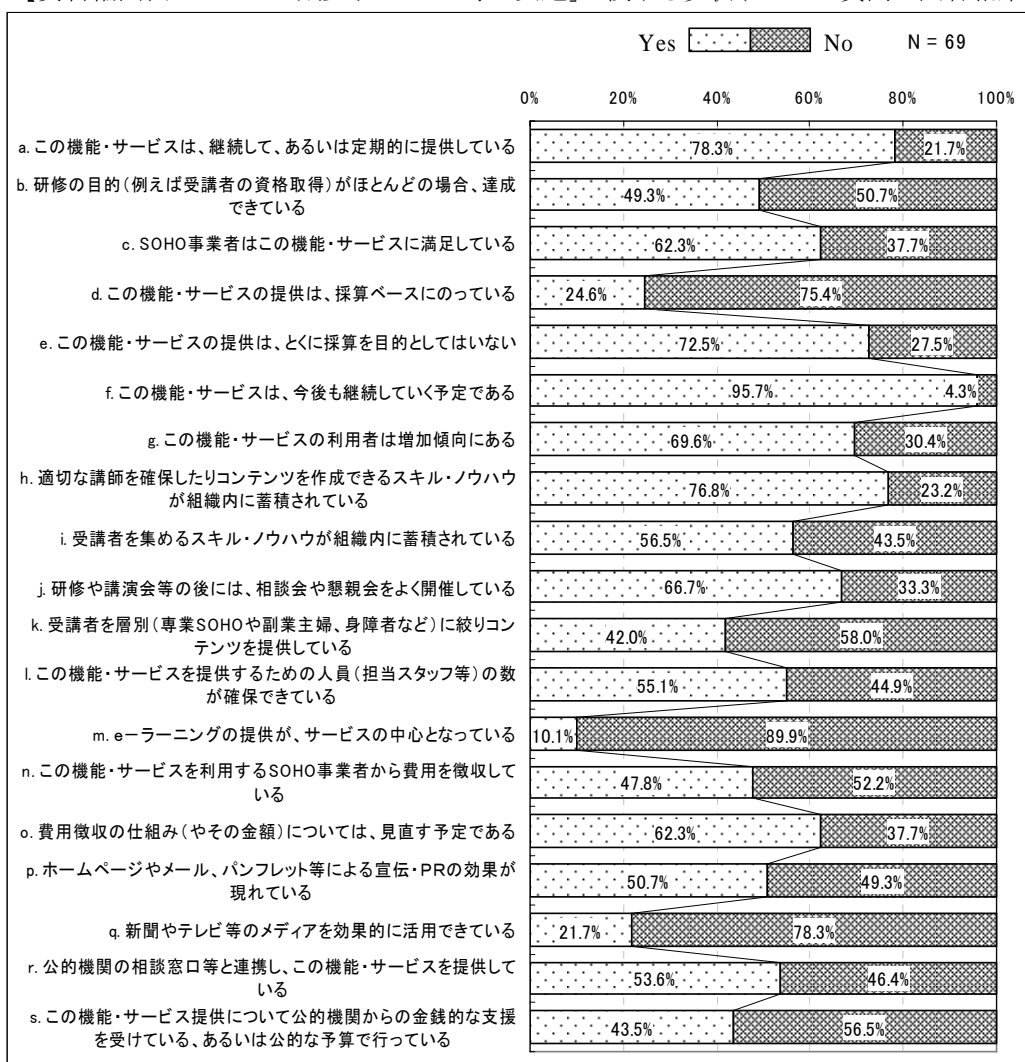
SOHO事業者への研修やセミナー等の実施状況は、「SOHO事業者のニーズの方が大きく、十分な量のサービスを提供できていない」が半数弱にのぼり、SOHO事業者側のニーズに十分に答え切れていない状況である。しかし、今後も継続していく予定としている支援団体は9割強にのぼる。

【資料編図表 1-1-29 「研修やセミナー等の実施」の需給状況】



SOHO事業者側のニーズに答え切れていないとはいえ、SOHO支援団体にとって「研修やセミナー等の実施」は重要視されていることが分かる。

【資料編図表 1-1-30 「研修やセミナー等の実施」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】



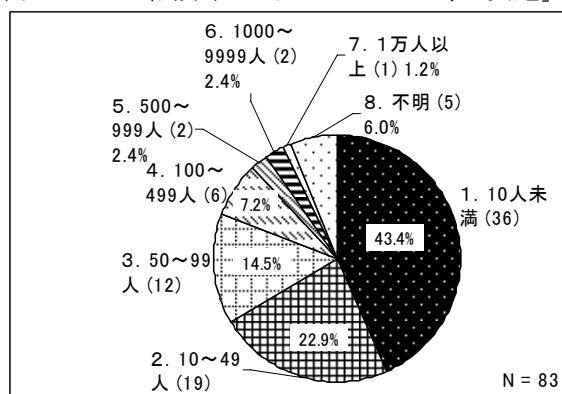
1-1-6 相談やコンサルテーション等の実施

[同サービスを実施している 107 団体 (53.5%) のうち詳細質問に回答した有効数は 83 団体]

(1) 利用者の数とタイプ・業種

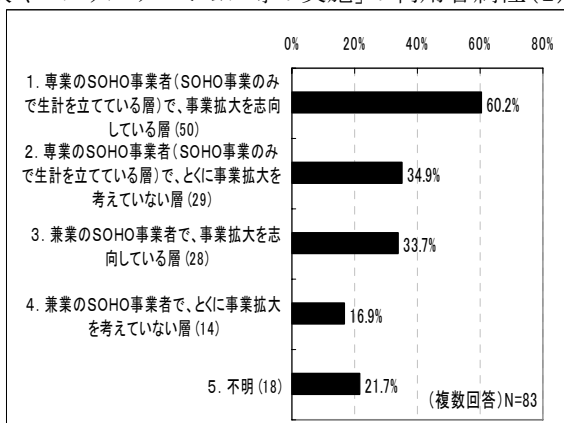
相談やコンサルテーションは、10 人未満の SOHO 事業者提供されていることが多い。専業で事業拡大を志向し専門性の高い技量を有した層が主たる対象である。「ホームページの企画・制作、運用・メンテナンス」「情報システム・ソフト開発」とともに「企画、開発、コンサルティング」を業種とする SOHO 事業者提供される比率が高い点の特徴である。

【資料編図表 1-1-31 「相談やコンサルテーション等の実施」の利用者数】



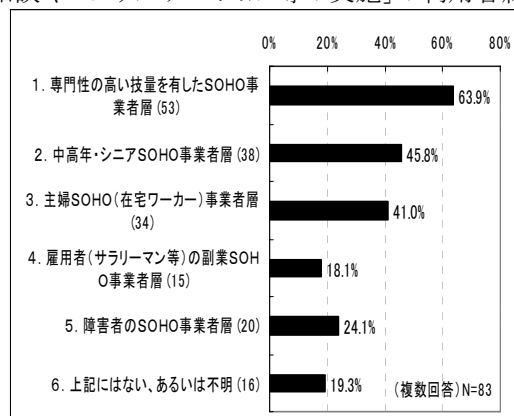
【資料編図表 1-1-32

「相談やコンサルテーション等の実施」の利用者属性(1)】

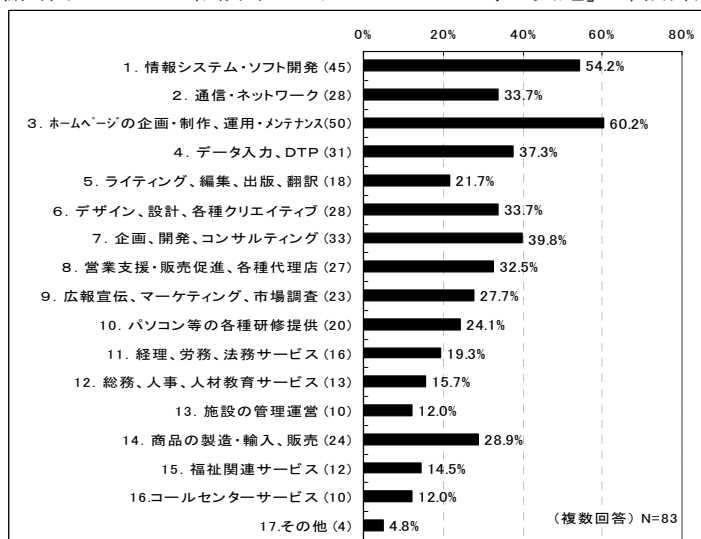


【資料編図表 1-1-33

「相談やコンサルテーション等の実施」の利用者属性(2)】



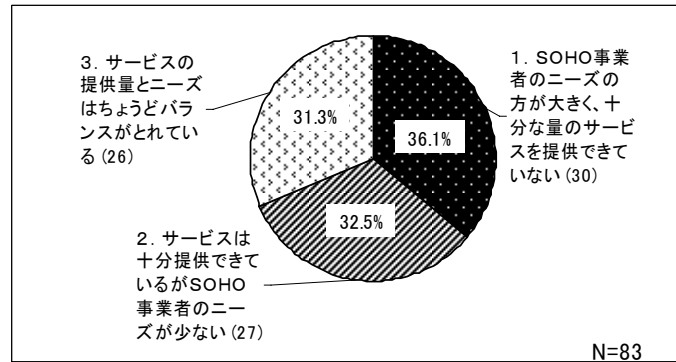
【資料編図表 1-1-34 「相談やコンサルテーション等の実施」の利用者の業種】



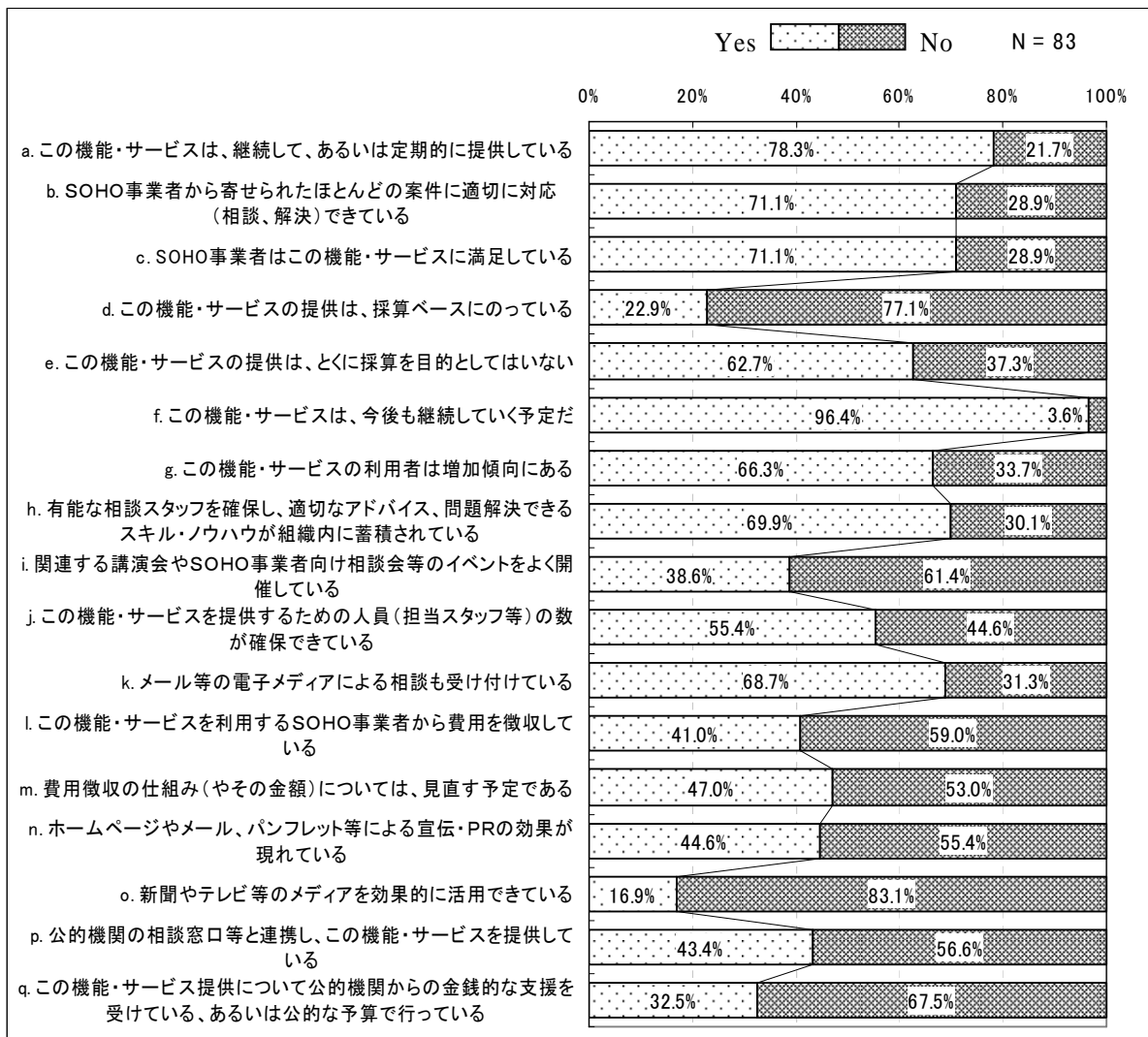
(2) 提供状況

相談やコンサルテーションの提供状況は、「ニーズの方が大きく、十分な量のサービスを提供できていない」と「サービスは十分提供できているがSOHO事業者のニーズが少ない」「バランスがとれている」とほぼ3分されている。支援団体ごとの状況が様々である。採算ベースにのってはいないものの、今後とも継続していく予定としている支援団体が多い。

【資料編図表 1-1-35 「相談やコンサルテーション等の実施」の需給状況】



【資料編図表 1-1-36 「相談やコンサルテーション等の実施」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】



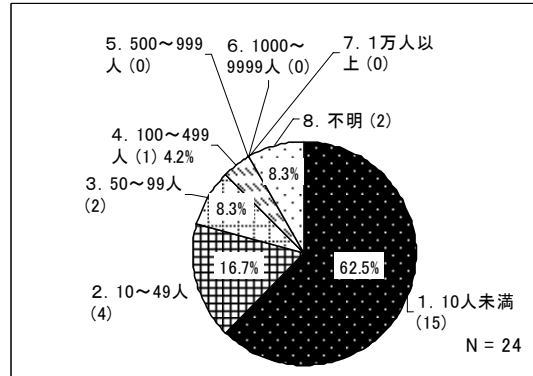
1-1-7 金融機関の紹介やファイナンス面での支援

[同サービスを実施している 31 団体 (15. 5%) のうち詳細質問に回答した有効数は 24 団体]

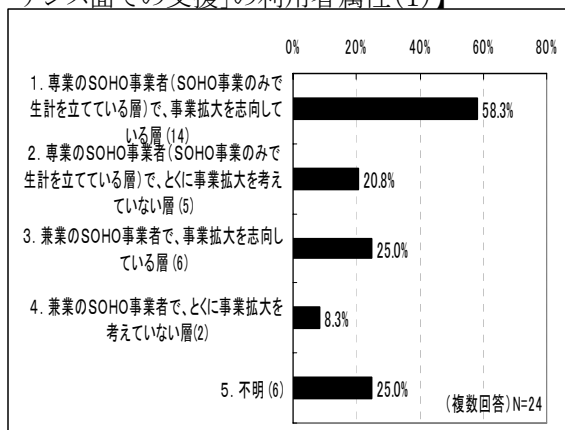
(1) 利用者の数とタイプ・業種

金融機関の紹介やファイナンス面での支援サービス利用者数は、50 人未満が 8 割弱にのぼる。専業に提供される割合は、兼業に対して倍以上高くなっている。また、専業、兼業ともに、事業拡大を志向している層の利用が多く、業種は、開発期間が比較的長く資金繰りが必要な「情報システム・ソフト開発」「ホームページの企画・制作、運用・メンテナンス」の利用が多い。

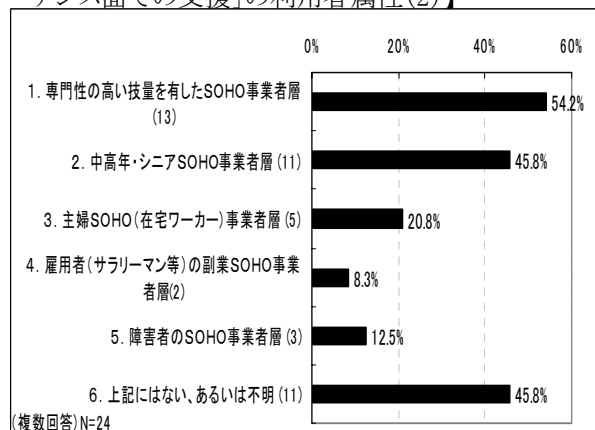
【資料編図表 1-1-37 「金融機関の紹介やファイナンス面での支援」の利用者数】



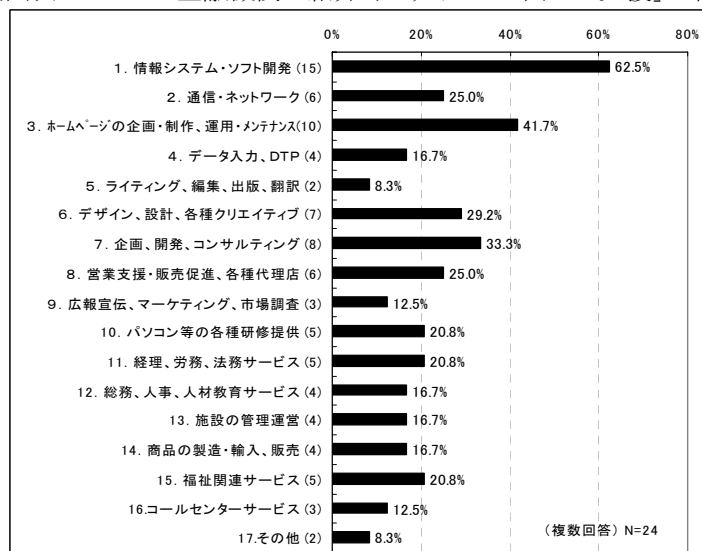
【資料編図表 1-1-38 「金融機関の紹介やファイナンス面での支援」の利用者属性(1)】



【資料編図表 1-1-39 「金融機関の紹介やファイナンス面での支援」の利用者属性(2)】



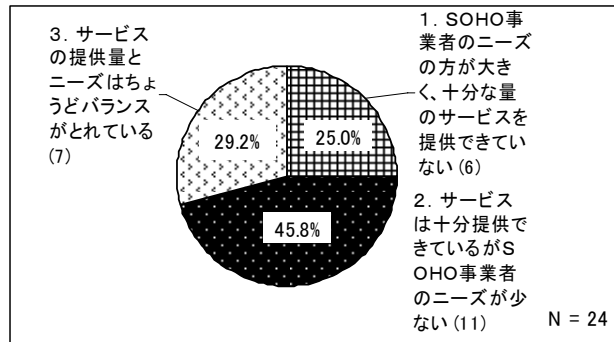
【資料編図表 1-1-40 「金融機関の紹介やファイナンス面での支援」の利用者の業種】



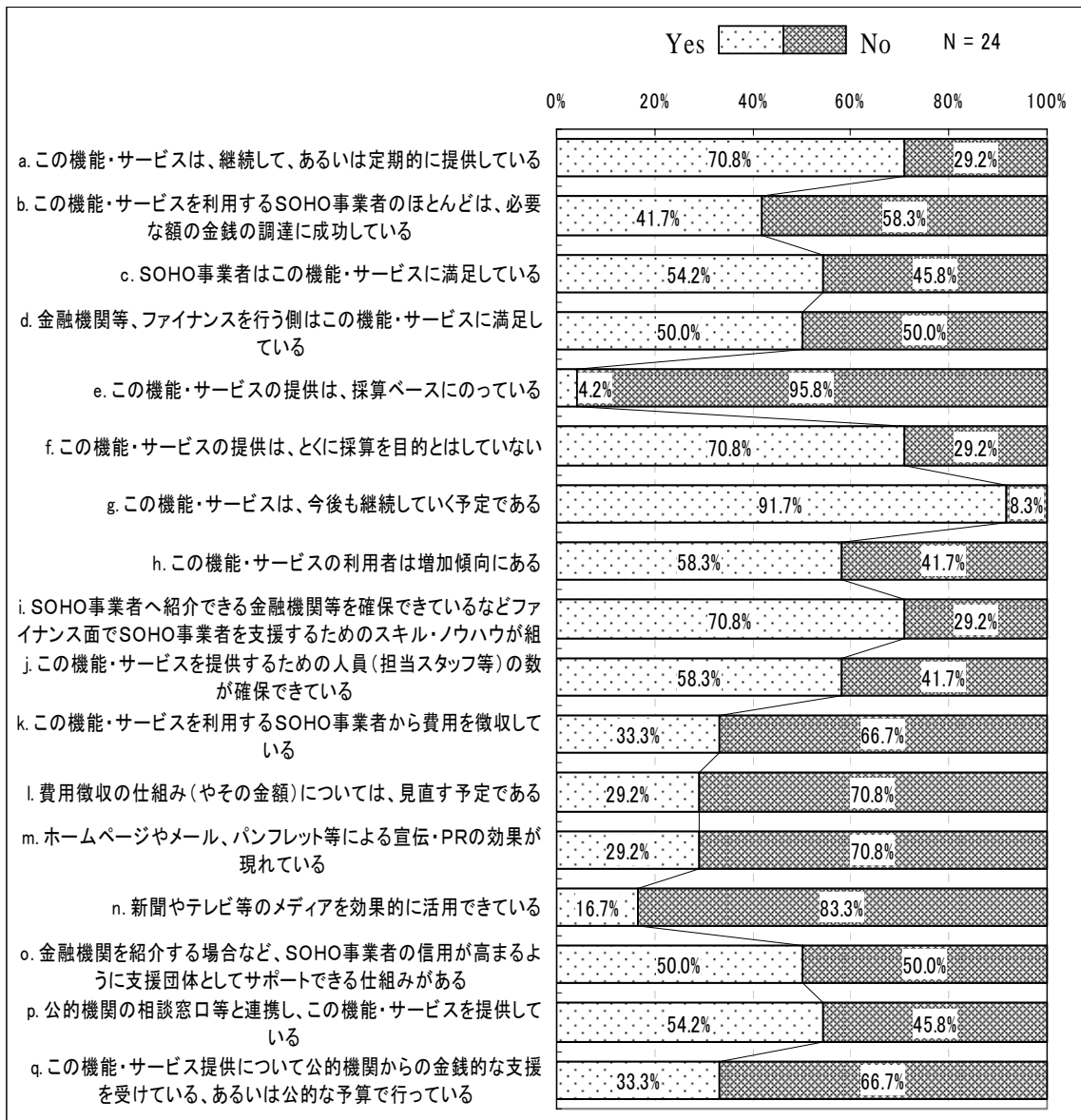
(2) 提供状況

金融機関の紹介やファイナンス面での支援状況は、「サービスは十分提供できているがSOHO事業者のニーズが少ない」が約半数ある反面、「SOHO事業者のニーズの方が大きく、十分な量のサービスを提供できていない」が1/4あることから、SOHO支援団体ごとに大きく差異があることが分かる。

【資料編図表 1-1-41 「金融機関の紹介やファイナンス面での支援」の需給状況】



【資料編図表 1-1-42 「金融機関の紹介やファイナンス面での支援」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】



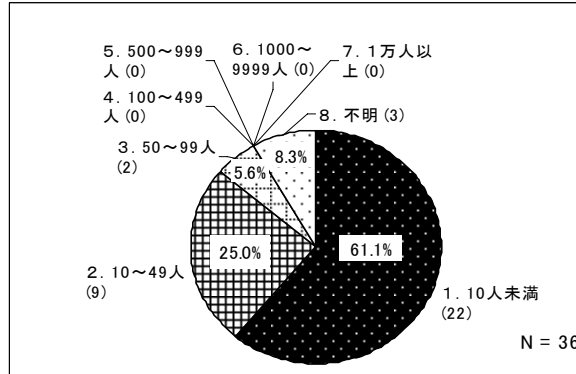
1-1-8 経理・税務や申告書類の作成等の事務代行

[同サービスを実施している46団体(23.0%)のうち詳細質問に回答した有効数は36団体]

(1) 利用者の数とタイプ・業種

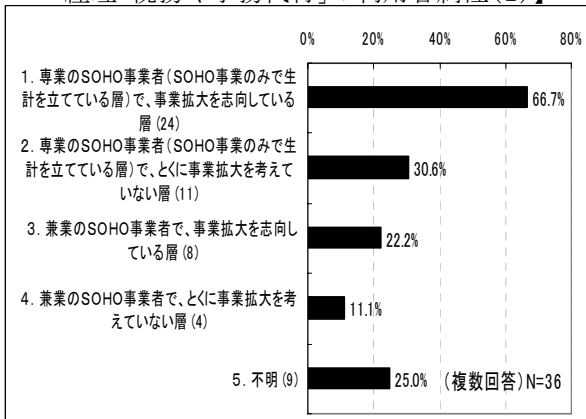
経理・税務や事務代行は、50人未満で85%以上となり、比較的小人数に対してサポートがなされている。専業に対してこの機能が提供される割合は、兼業に対して3倍近く高い。また、専業、兼業ともに、事業拡大を志向している層が2倍以上利用している。専門性の高い専業で拡大志向のSOHO事業者へサービスが提供される比率が高いといえよう。SOHO事業者の業種は「情報システム・ソフト開発」、「ホームページの企画・制作、運用・メンテナンス」が多い。

【資料編図表 1-1-43 「経理・税務や事務代行」の利用者数】



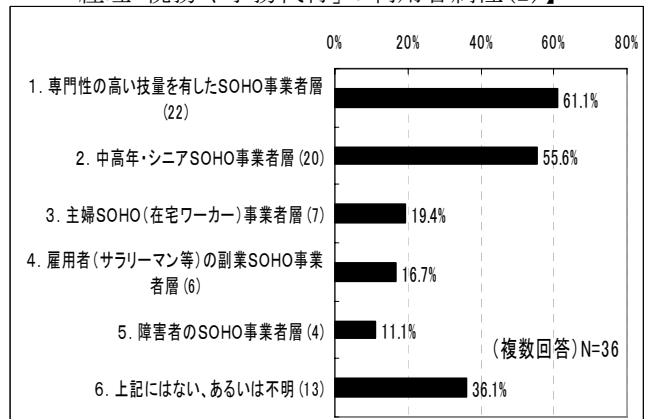
【資料編図表 1-1-44

「経理・税務や事務代行」の利用者属性(1)】

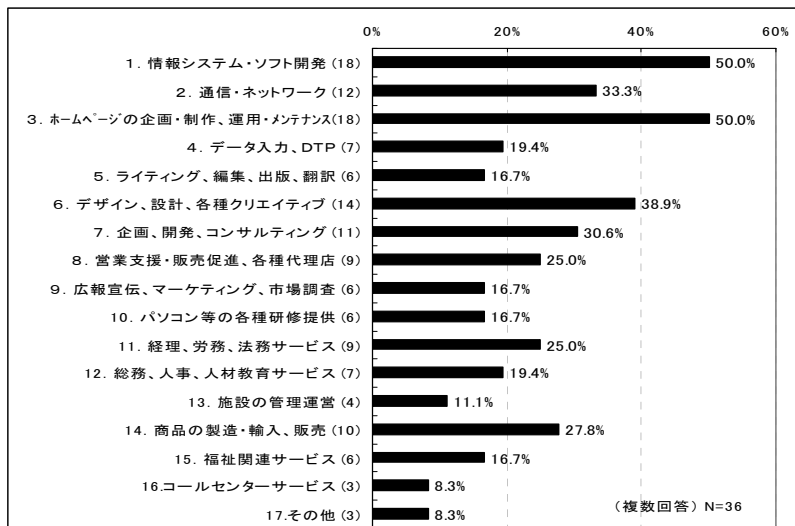


【資料編図表 1-1-45

「経理・税務や事務代行」の利用者属性(2)】



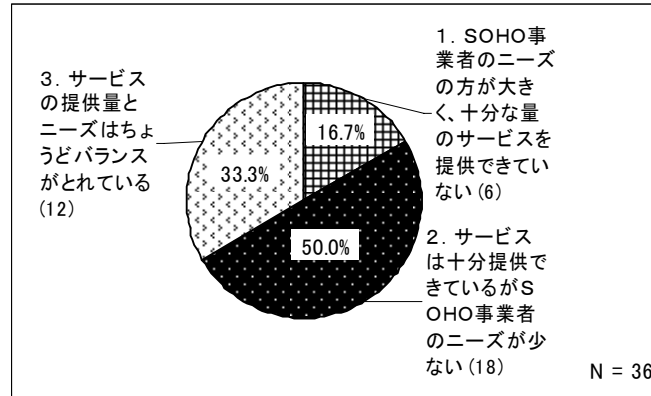
【資料編図表 1-1-46 「経理・税務や事務代行」の利用者の業種】



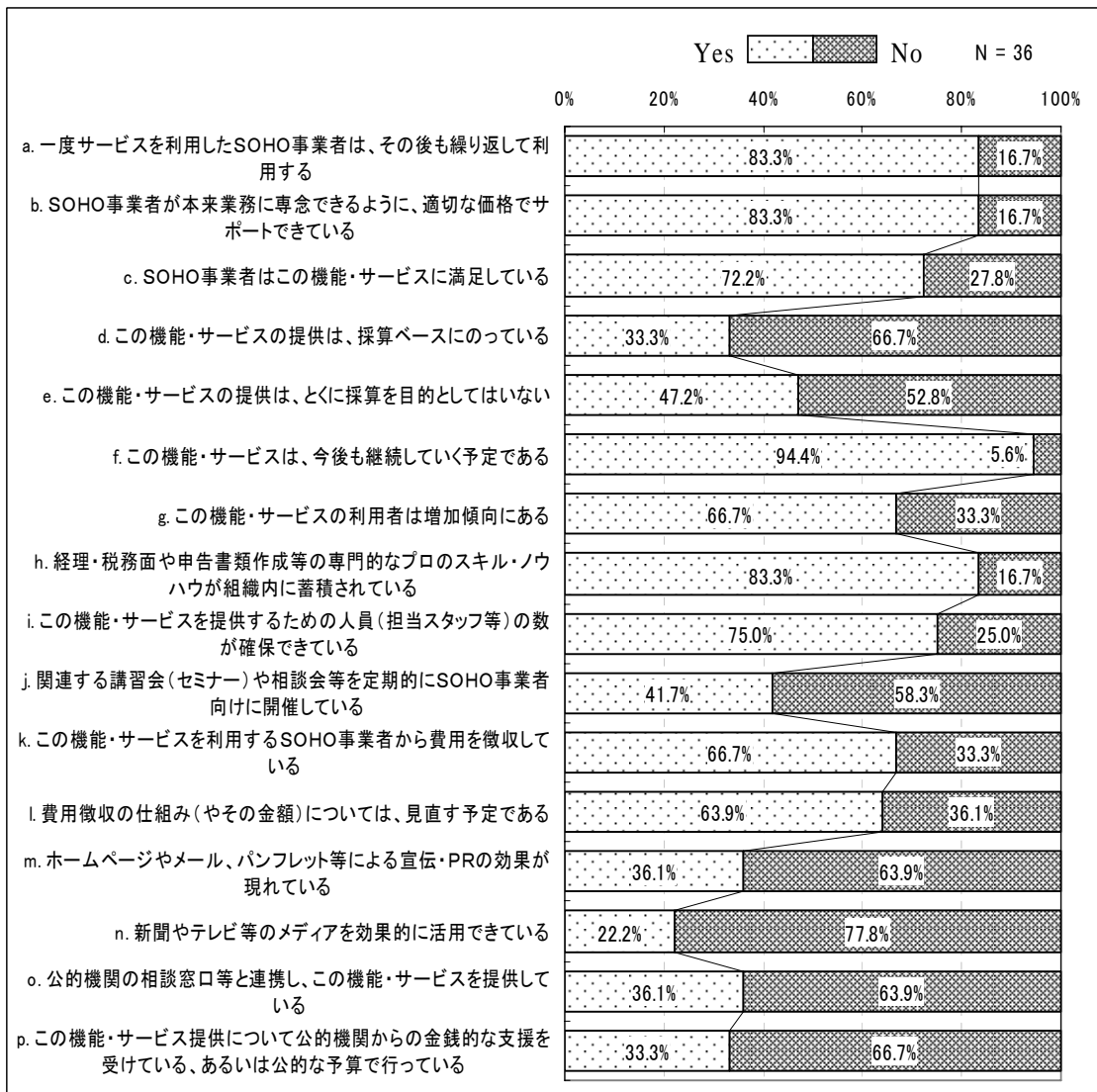
(2) 提供状況

経理・税務や事務代行サービスの提供状況は、「サービスは十分提供できているがSOHO事業者のニーズが少ない」が半数あった。提供側とSOHO事業者側のニーズがアンバランスであることがわかる。しかし、支援団体の95%近くがこのサービスを今後も継続していく予定としている。

【資料編図表 1-1-47 「経理・税務や事務代行」の需給状況】



【資料編図表 1-1-48 「経理・税務や事務代行」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】



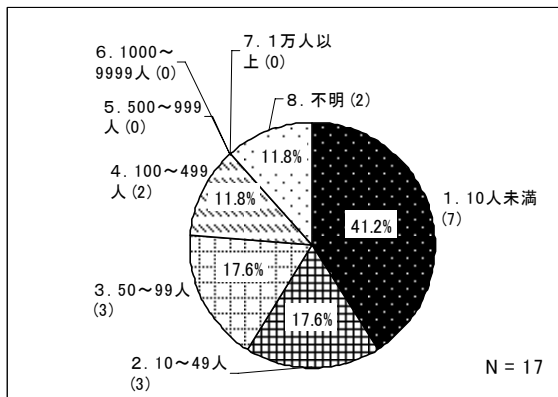
1-1-9 SOHO事業者のトラブル回避や解決の支援（仲裁など）

[同サービスを実施している 27 団体(13.5%)のうち詳細質問に回答した有効数は 17 団体]

(1) 利用者の数とタイプ・業種

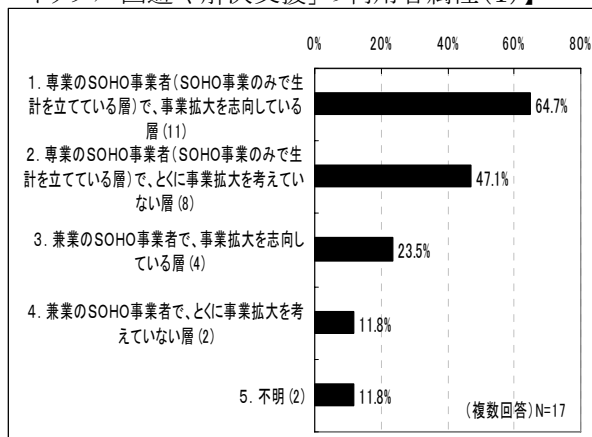
トラブル回避や解決支援サービスの利用者数は、50 人未満という支援団体が約 6 割であった。比較的専門性の高い専業で拡大志向のSOHO事業者へサービスが提供される比率が高い。業種は「ホームページの企画・制作、運用・メンテナンス」「情報システム・ソフト開発」が多い。

【資料編図表 1-1-49 「トラブル回避や解決支援」の利用者数】



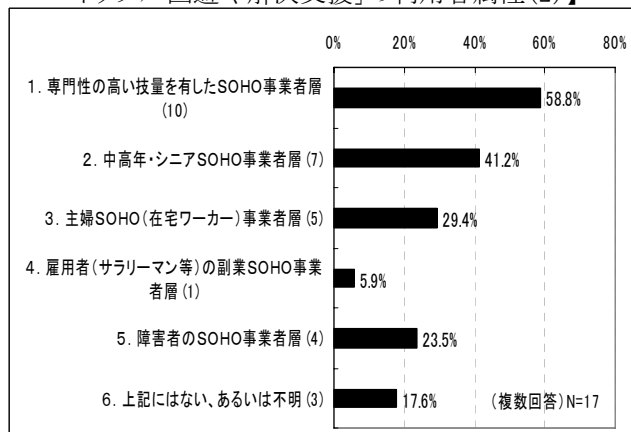
【資料編図表 1-1-50

「トラブル回避や解決支援」の利用者属性(1)】

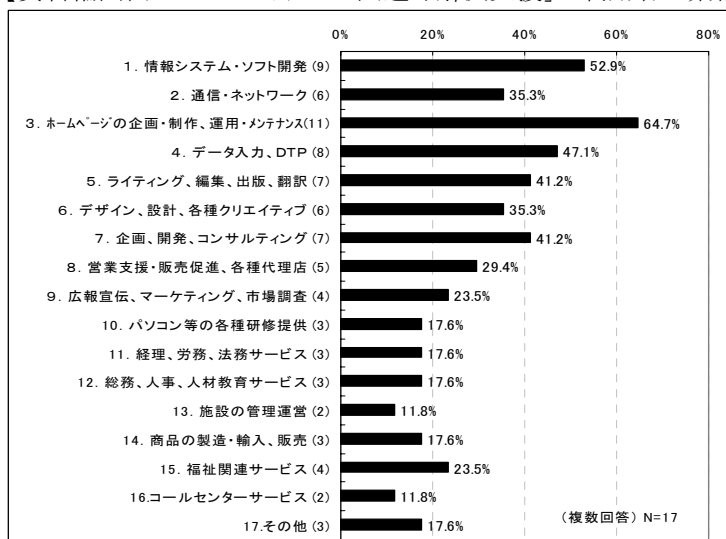


【資料編図表 1-1-51

「トラブル回避や解決支援」の利用者属性(2)】



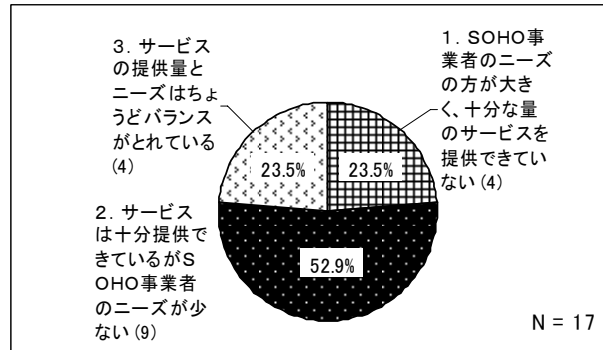
【資料編図表 1-1-52 「トラブル回避や解決支援」の利用者の業種】



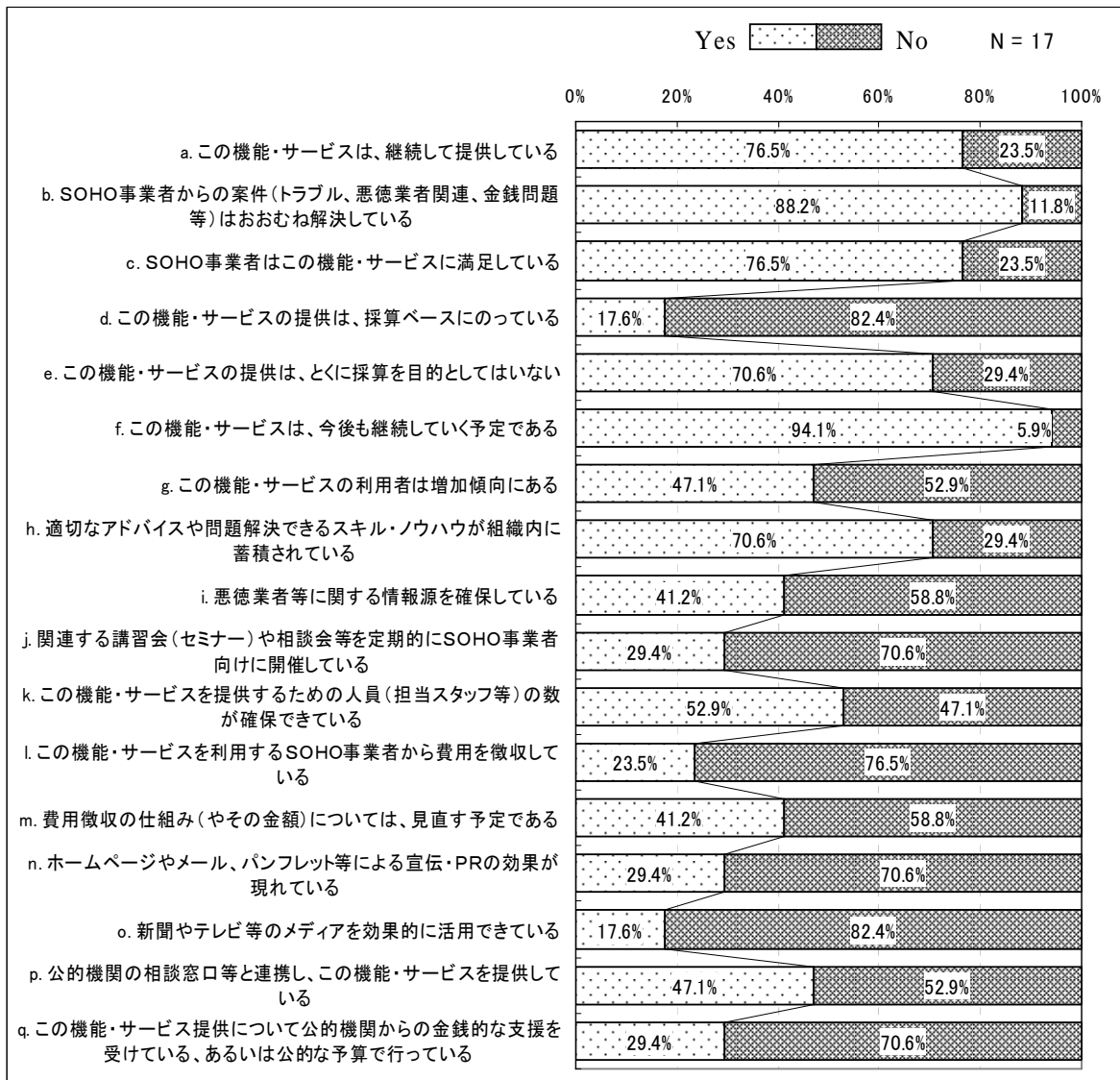
(2) 提供状況

トラブル回避や解決支援状況は、「サービスは十分提供できているがSOHO事業者のニーズが少ない」が5割強であった。9割近くのSOHO事業者の案件は解決しており、9割強の支援団体は、このサービスを継続していく予定としている。

【資料編図表 1-1-53 「トラブル回避や解決支援」の需給状況】



【資料編図表 1-1-54 「トラブル回避や解決支援」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】



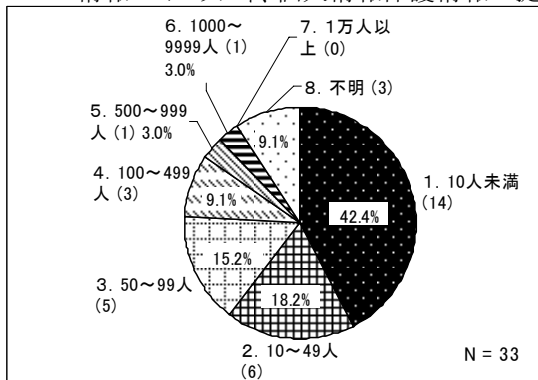
1-1-10 情報セキュリティ、個人情報保護（プライバシー保護）に関連する情報の提供や指導

[同サービスを実施している46団体(23.0%)のうち詳細質問に回答した有効数は33団体]

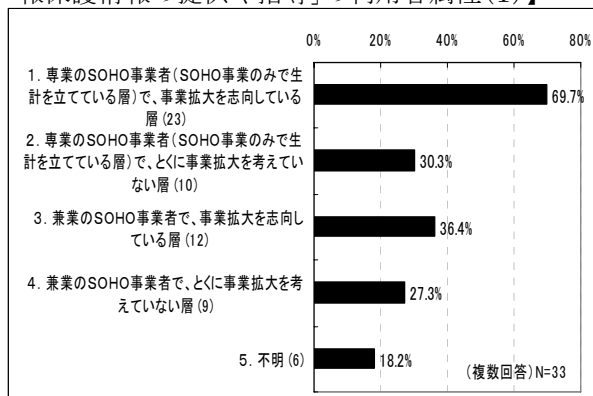
(1) 利用者の数とタイプ・業種

情報セキュリティ、個人情報保護情報の提供や指導の利用者数は、50人未満とする支援団体が約6割であった。専門のSOHO事業者に対してこの機能が提供される割合は、兼業に対して約1.5倍である。また、専門、兼業ともに、事業拡大を志向している層、専門性の高い技量を有したSOHO事業者の利用が多く、業種は「情報システム・ソフト開発」「通信・ネットワーク」「ホームページの企画・制作、運用・メンテナンス」が多い結果となっている。

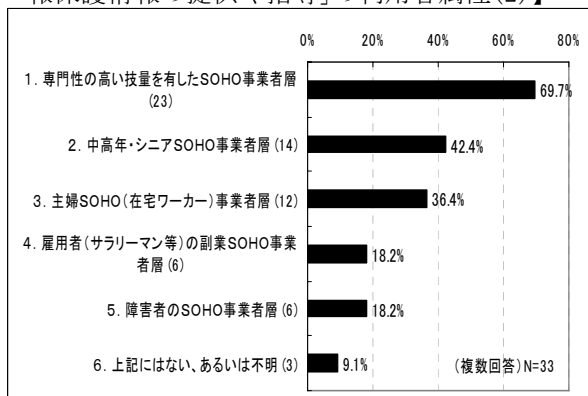
【資料編図表 1-1-55 「情報セキュリティ、個人情報保護情報の提供や指導」の利用者数】



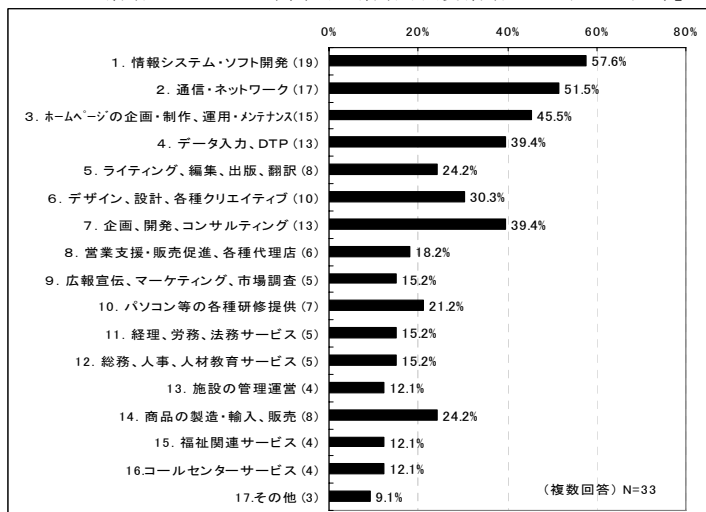
【資料編図表 1-1-56 「情報セキュリティ、個人情報保護情報の提供や指導」の利用者属性(1)】



【資料編図表 1-1-57 「情報セキュリティ、個人情報保護情報の提供や指導」の利用者属性(2)】



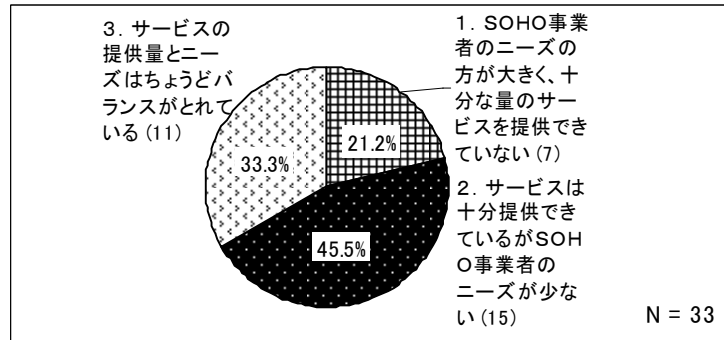
【資料編図表 1-1-58 「情報セキュリティ、個人情報保護情報の提供や指導」の利用者の業種】



(2) 提供状況

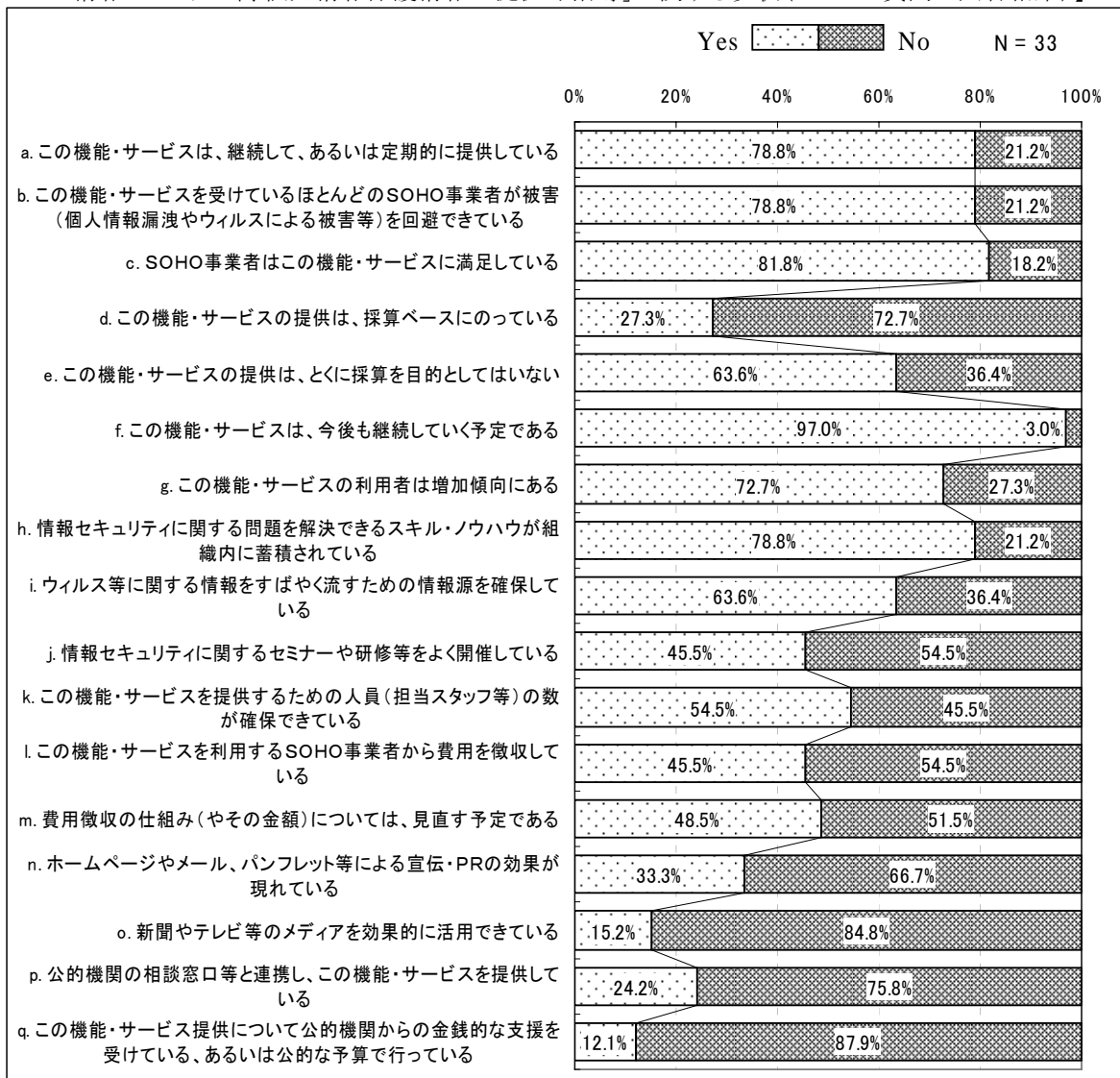
情報セキュリティ、個人情報保護情報の提供や指導は、「サービスは十分提供できているがSOHO事業者のニーズが少ない」とする支援団体が4割強あった。8割程度の支援団体が、このサービスを「継続あるいは、定期的に提供」しており「被害を回避」できており「満足している」と回答している。

【資料編図表 1-1-59 「情報セキュリティ、個人情報保護情報の提供や指導」の需給状況】



【資料編図表 1-1-60

「情報セキュリティ、個人情報保護情報の提供や指導」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】



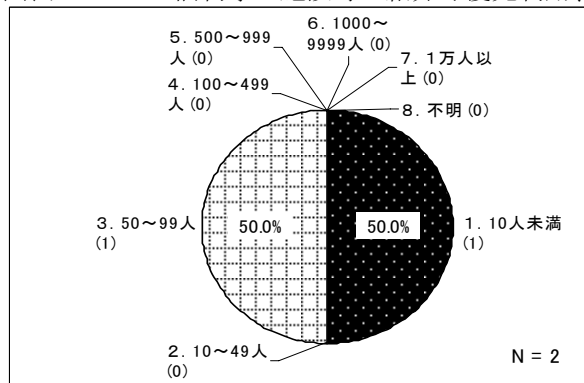
1-1-1-1 旅館やレストランなど福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引など

[同サービスを実施している3団体(1.5%)のうち詳細質問に回答した有効数は2団体]

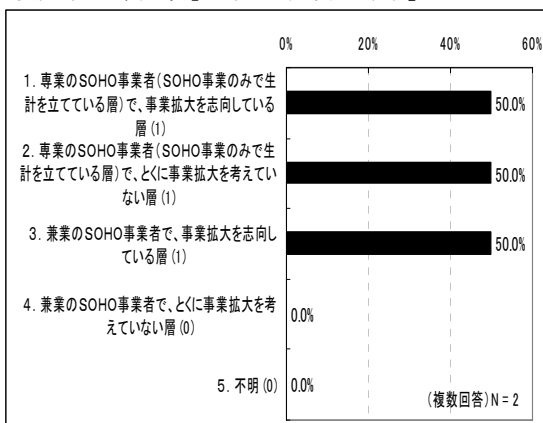
(1) 利用者の数とタイプ・業種

福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引の利用者数は、「10人未満」と「50～99人」が各々1支援団体の回答となった。回答数が少ないことから、これからのサービスといえよう。

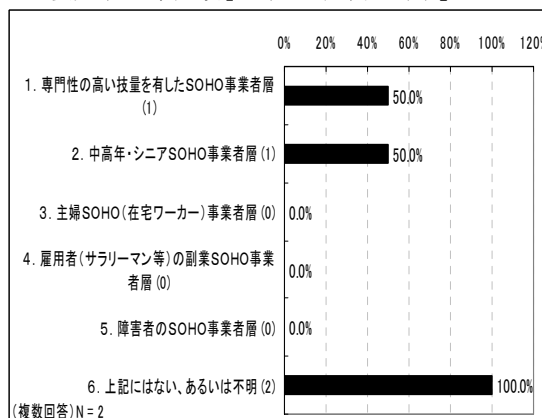
【資料編図表 1-1-61 「福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引」の利用者数】



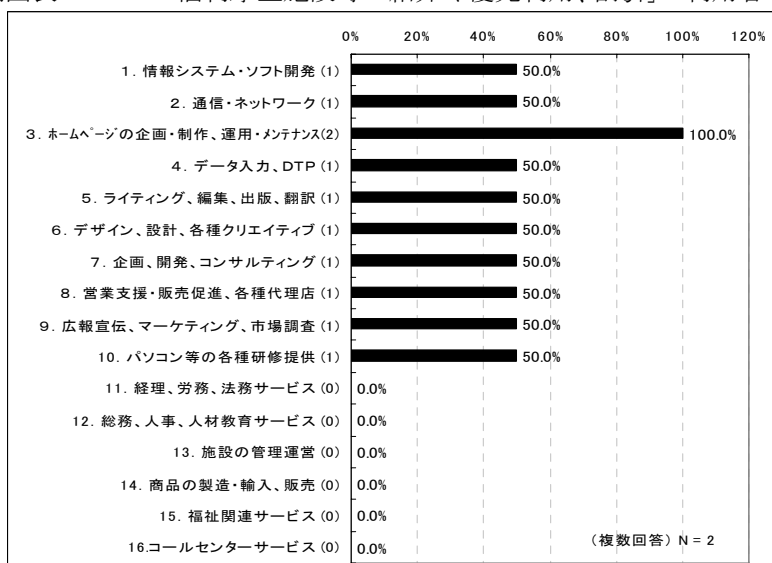
【資料編図表 1-1-62 「福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引」の利用者属性(1)】



【資料編図表 1-1-63 「福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引」の利用者属性(2)】



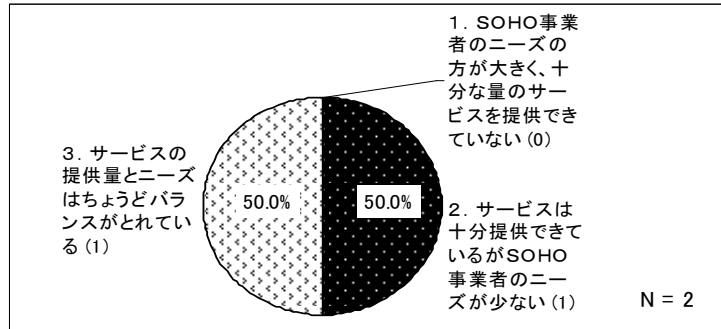
【資料編図表 1-1-64 「福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引」の利用者の業種】



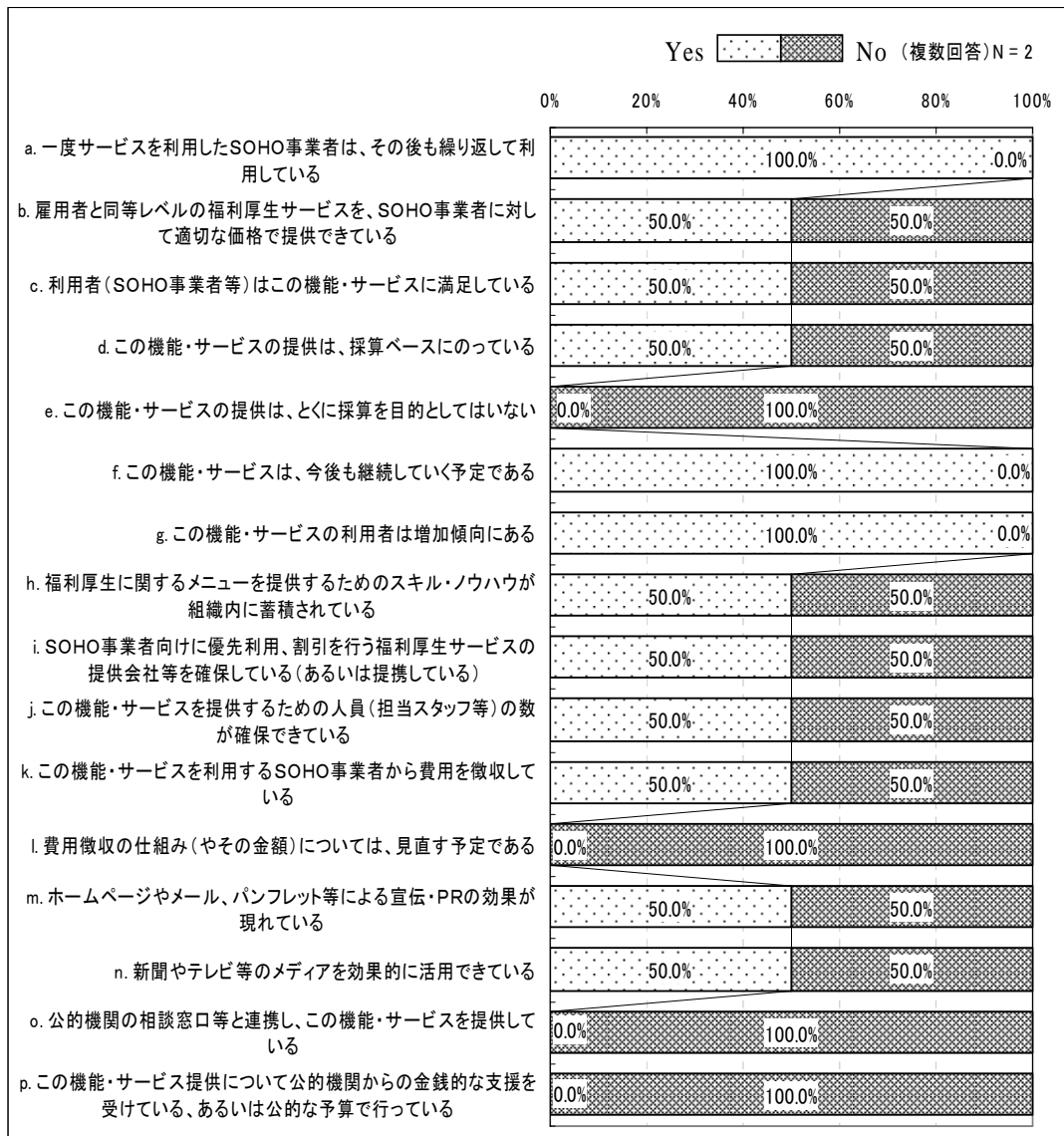
(2) 提供状況

福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引の提供状況は、「サービスは十分提供できているがSOHO事業者のニーズが少ない」と「サービス野提供量とニーズはちょうどバランスがとれている」が各々1支援団体の回答となった。回答数が少ないもののリピーターが100%である。

【資料編図表 1-1-65 「福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引」の需給状況】



【資料編図表 1-1-66 「福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】



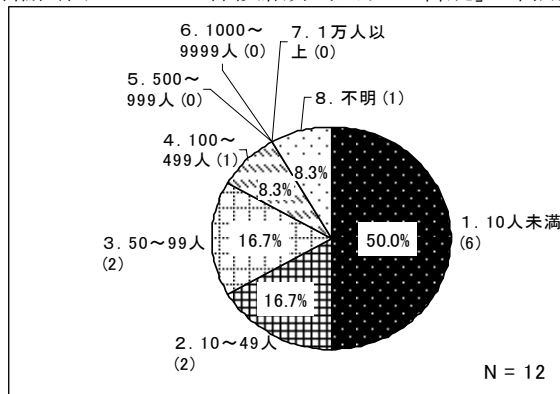
1-1-12 SOHO事業者向けの保険紹介や加入の斡旋

[同サービスを実施している 15 団体 (7.5%) のうち詳細質問に回答した有効数は 12 団体]

(1) 利用者の数とタイプ・業種

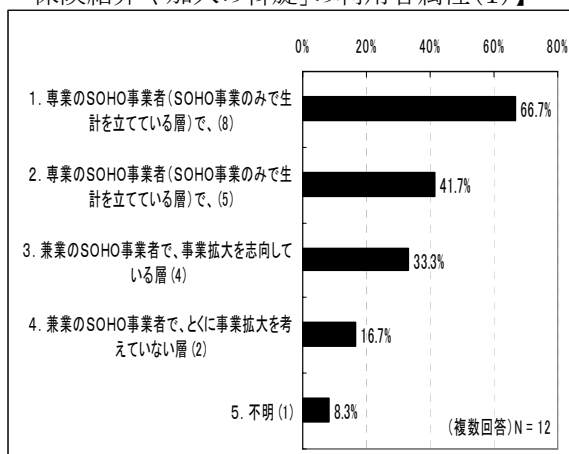
保険紹介や加入の斡旋サービスの利用者数は、10 人未満との回答が半数となった。専業、兼業ともに事業拡大を志向している層で専門性の高い技量を持つ SOHO 事業者層の利用が多く、業種は「情報システム・ソフト開発」が特に多い結果となっている。

【資料編図表 1-1-67 「保険紹介や加入の斡旋」の利用者数】



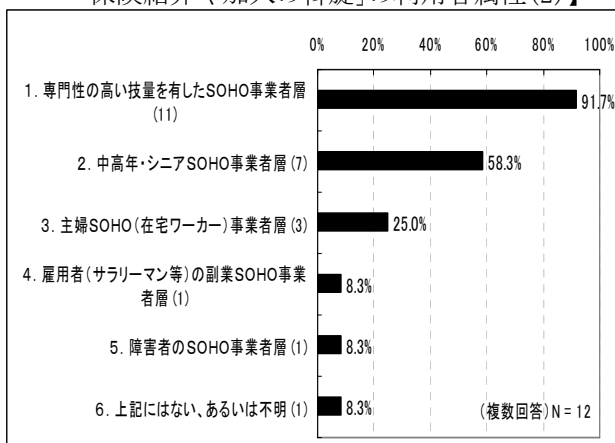
【資料編図表 1-1-68

「保険紹介や加入の斡旋」の利用者属性(1)】

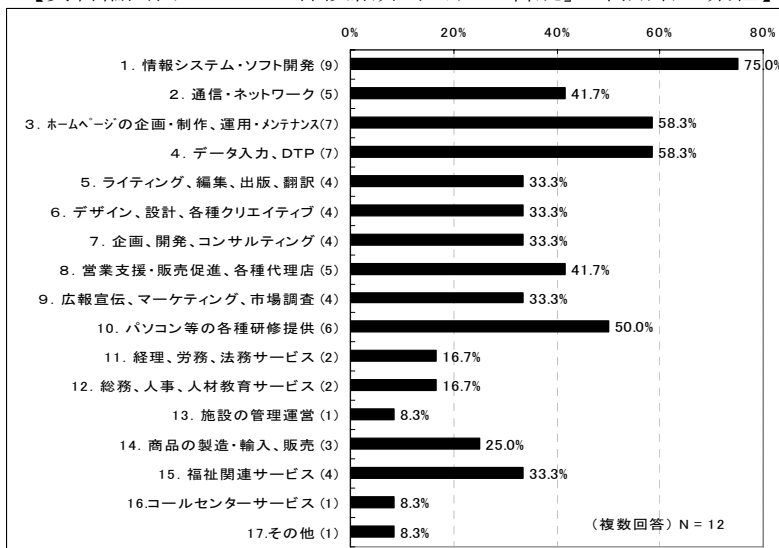


【資料編図表 1-1-69

「保険紹介や加入の斡旋」の利用者属性(2)】



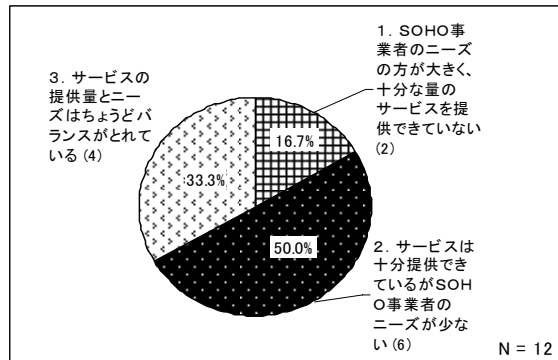
【資料編図表 1-1-70 「保険紹介や加入の斡旋」の利用者の業種】



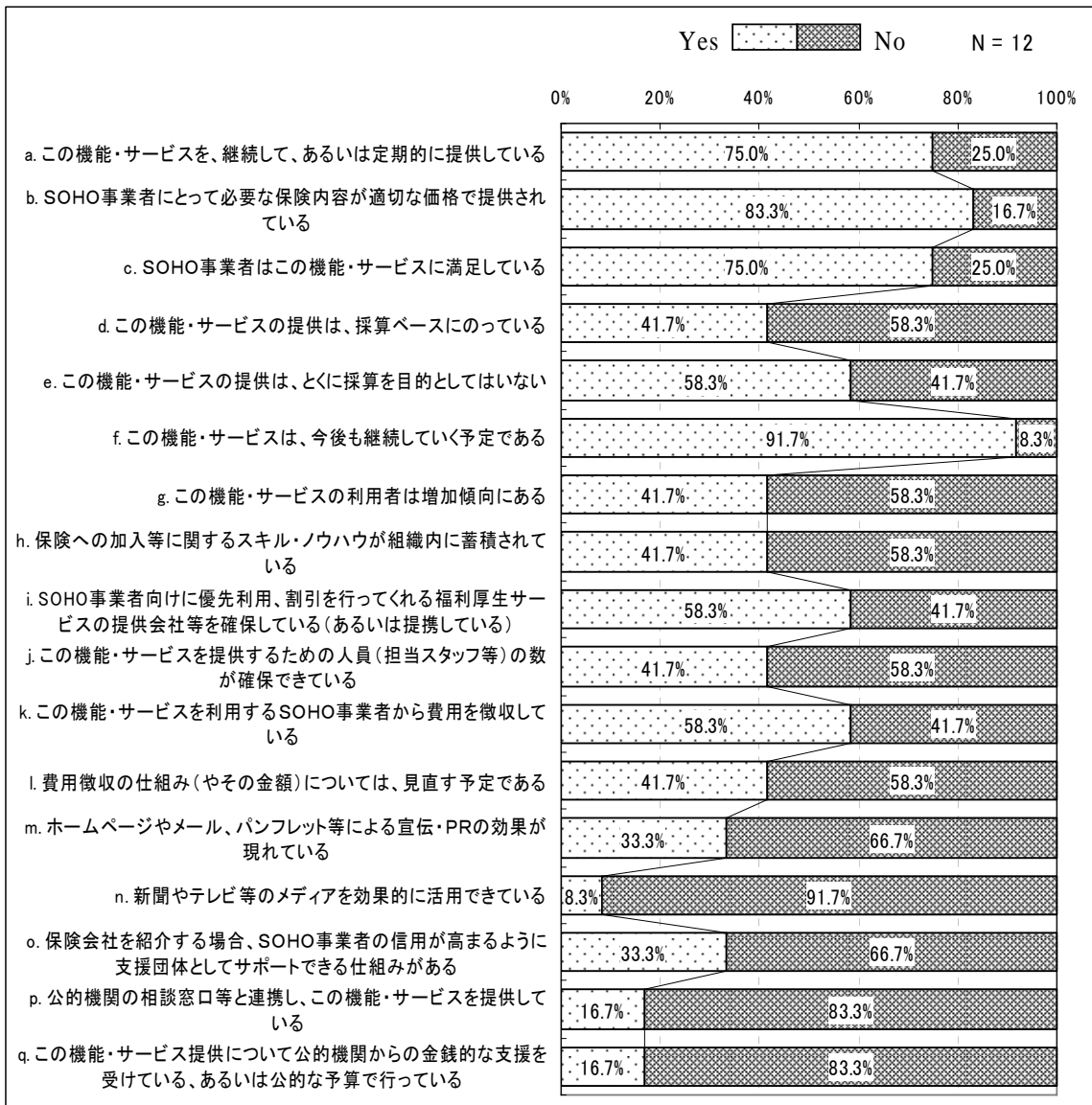
(2) 提供状況

保険紹介や加入の斡旋サービスの提供状況は、「サービスは十分提供できているがSOHO事業者のニーズが少ない」とする支援団体が半数となっている。8割以上の支援団体が「SOHO事業者にとって必要な保険内容が適切な価格で提供されている」と考え、このサービスを9割が「今後も継続していく予定である」としている。

【資料編図表 1-1-71 「保険紹介や加入の斡旋」の需給状況】



【資料編図表 1-1-72 「保険紹介や加入の斡旋」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】



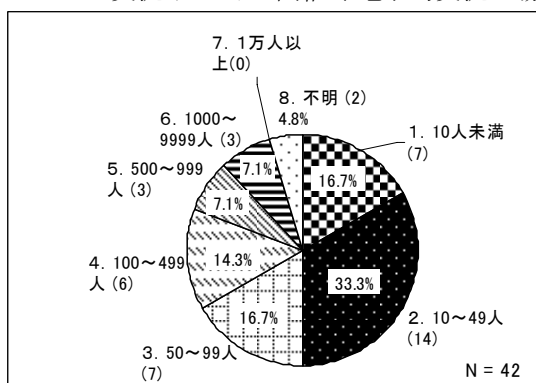
1-1-13 交流イベントの開催や電子的交流の場の提供

[同サービスを実施している 56 団体 (28.0%) のうち詳細質問に回答した有効数は 42 団体]

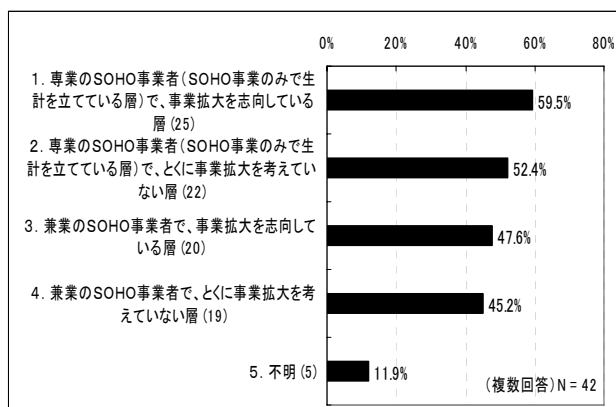
(1) 利用者の数とタイプ・業種

交流イベントの開催や電子的交流の場の提供という支援サービスは、50 人未満に利用されているとする支援団体が約半数であった。専業、兼業ともに極端な差はなく、専門性の高い技量を持つ SOHO 事業者層が約 7 割と多いものの、「中高年・シニア」「主婦」各層も 5 割以上参加している。業種は「ホームページの企画・制作、運営・メンテナンス」が目立って多い。

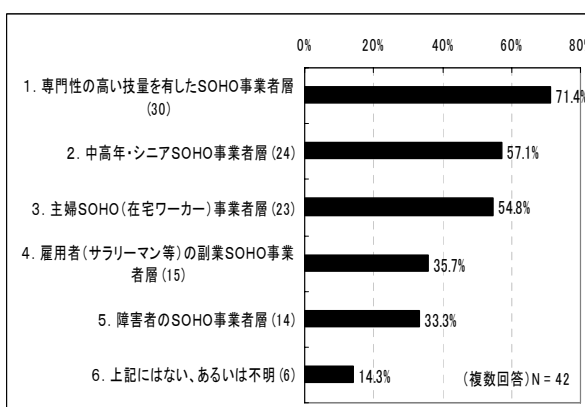
【資料編図表 1-1-73 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」の利用者数】



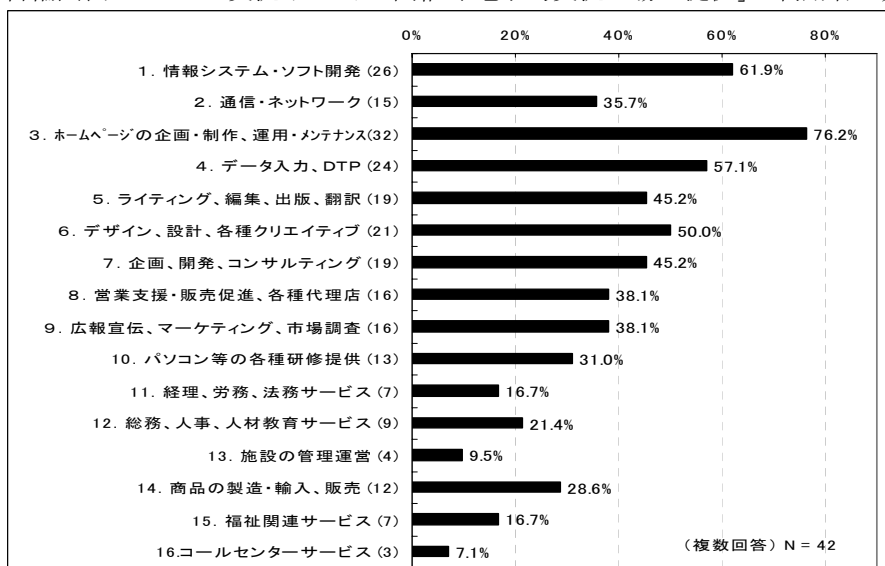
【資料編図表 1-1-74 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」の利用者属性(1)】



【資料編図表 1-1-75 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」の利用者属性(2)】



【資料編図表 1-1-76 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」の利用者の業種】

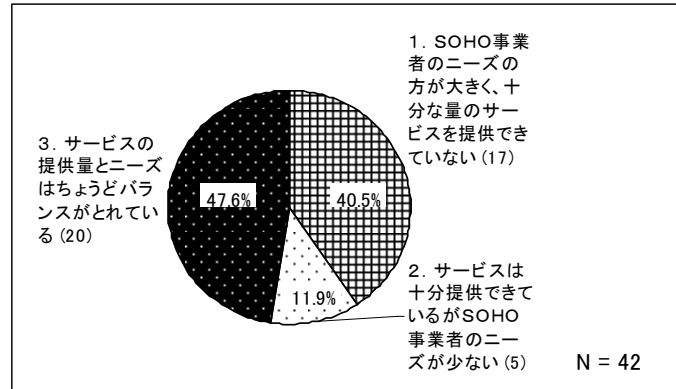


(2) 提供状況

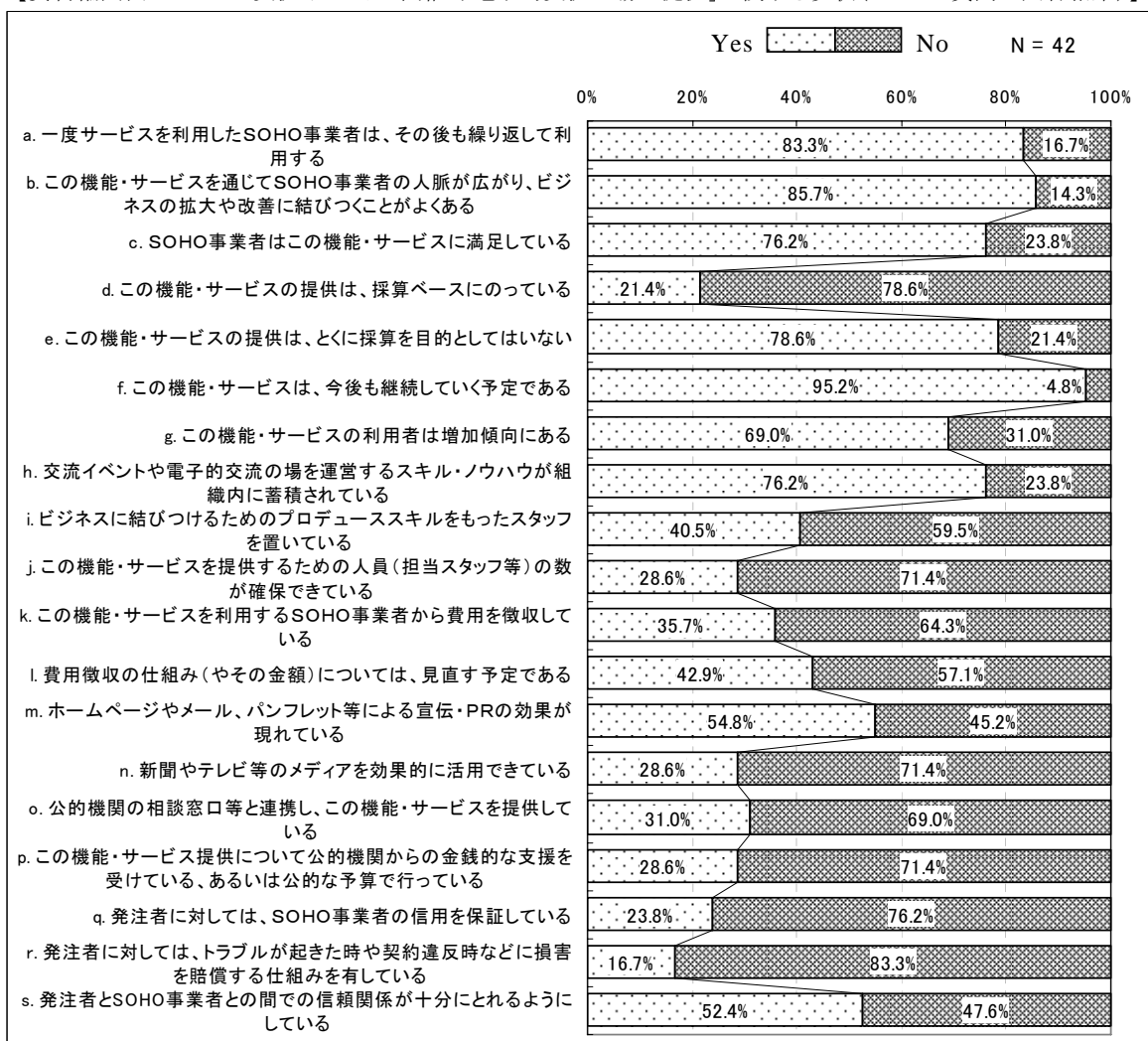
SOHO事業者への「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」の提供状況は、「サービスの提供量とニーズはちょうどバランスがとれている」が半数弱あるものの、「SOHO事業者のニーズの方が大きく、十分な量のサービスを提供できていない」が4割ある。

提供状況の現状で8割以上となったのは、「一度サービスを利用したSOHO事業者はその後繰り返し利用する」「SOHO事業者の人脈が広がり、ビジネスの拡大や改善に結びつくことがよくある」そして「今後も継続していく予定である」となっている。

【資料編図表 1-1-77 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」の需給状況】



【資料編図表 1-1-78 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】



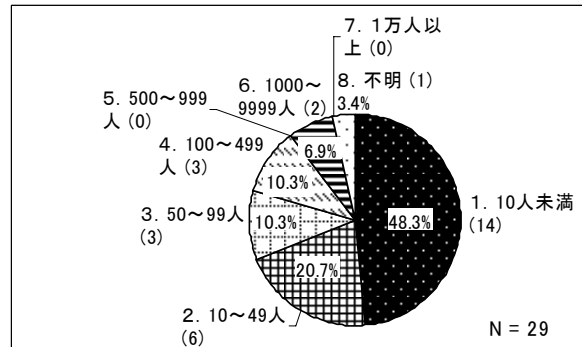
1-1-14 オフィススペース（インキュベーションブース等）の提供

[同サービスを実施している 35 団体 (17.5%) のうち詳細質問に回答した有効数は 29 団体]

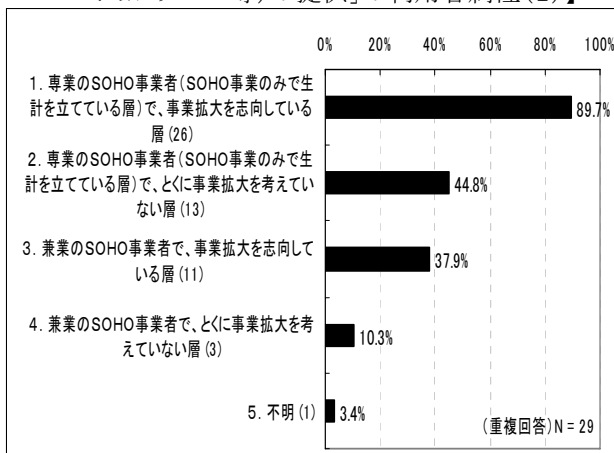
(1) 利用者の数とタイプ・業種

オフィススペースの提供は、「50 人未満」に対して行っている支援団体が 7 割弱にのぼる。専門の SOHO 事業者に対してこの機能が提供される割合は、兼業に対して 2 倍以上になっており、専業、兼業ともに、事業拡大を志向している層で、専門性の高い技量を有する層の利用が多い。業種は、「情報システム・ソフト開発」「ホームページの企画・制作、運用・メンテナンス」が多い。

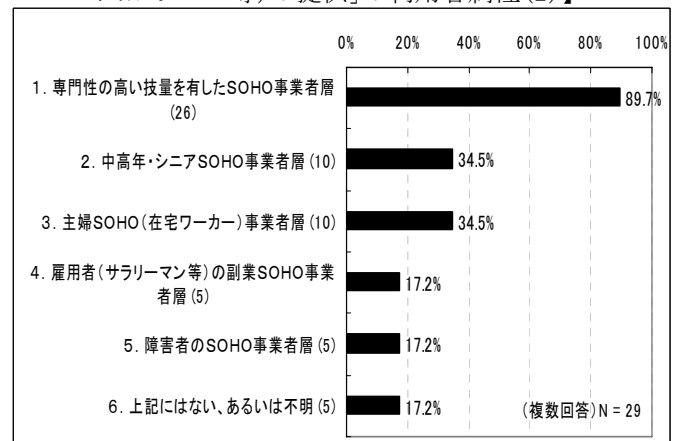
【資料編図表 1-1-79 「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供」の利用者数】



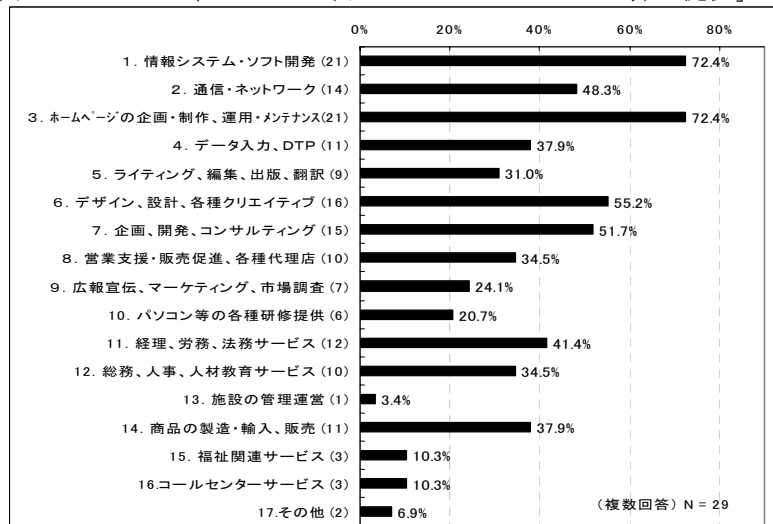
【資料編図表 1-1-80 「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供」の利用者属性(1)】



【資料編図表 1-1-81 「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供」の利用者属性(2)】



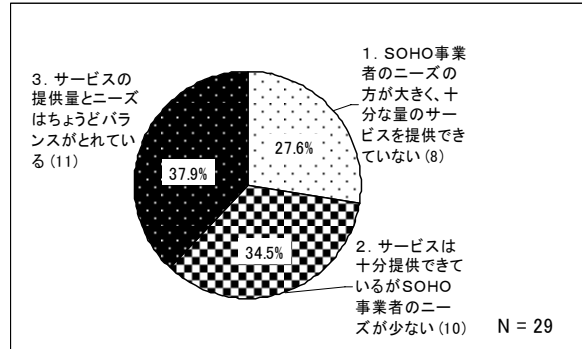
【資料編図表 1-1-82 「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供」の利用者の業種】



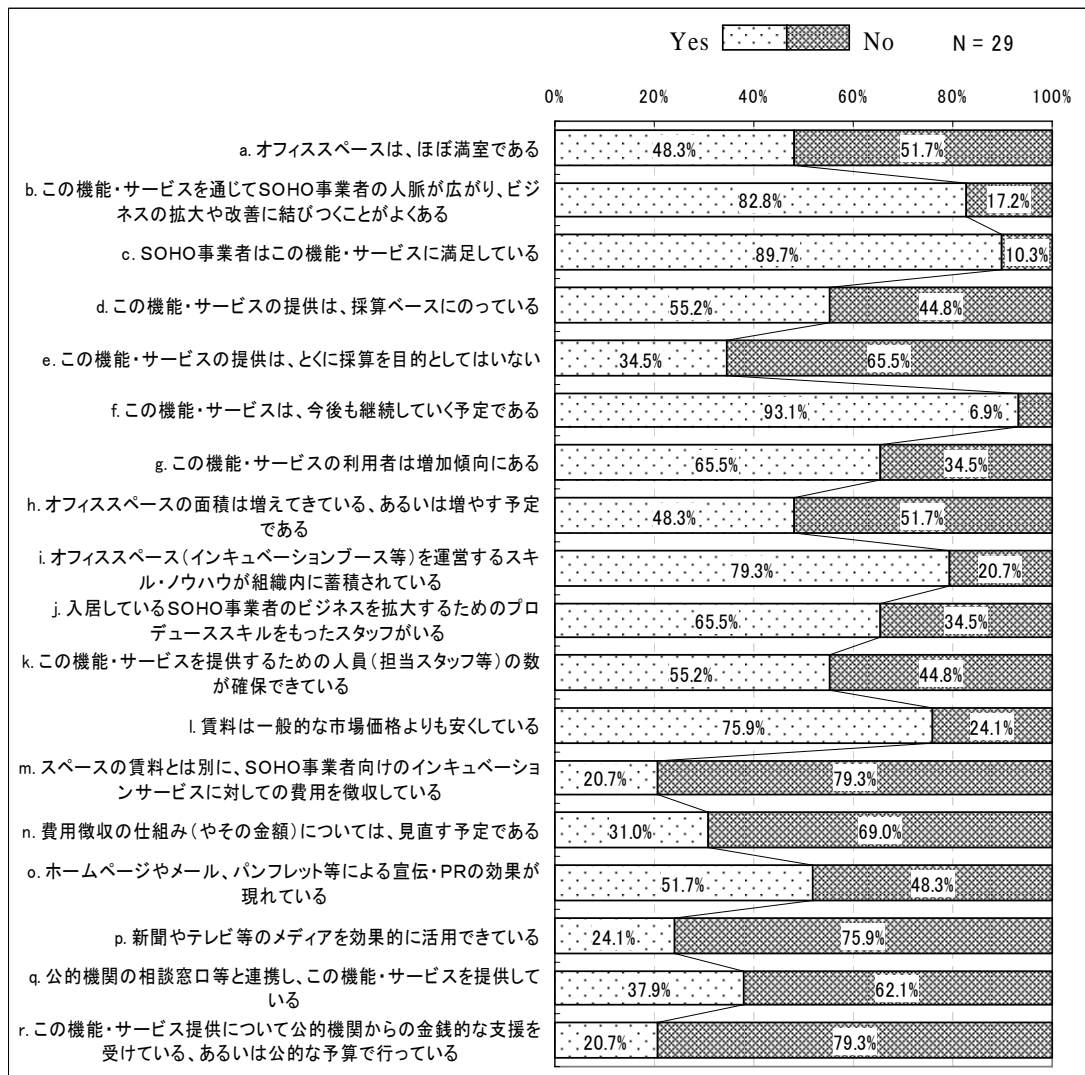
(2) 提供状況

オフィスの提供状況は、「サービスの提供量とニーズはちょうどバランスがとれている」と、「SOHO事業者のニーズの方が大きく、十分な量のサービスを提供できていない」、「サービスは十分提供できているがSOHO事業者のニーズが少ない」がほぼ3分している。「オフィスの提供状況は、ほぼ満室である」の回答が5割弱となっているが、このサービスの提供状況で8割を超えている内容は、「人脈が広がりビジネスの拡大に結びつくことがある」「この機能・サービスに満足している」そして「今後とも継続していく予定である」となっている。

【資料編図表 1-1-83 「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供」の需給状況】



【資料編図表 1-1-84 「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】



1-2 自治体が提供する各支援内容の詳細

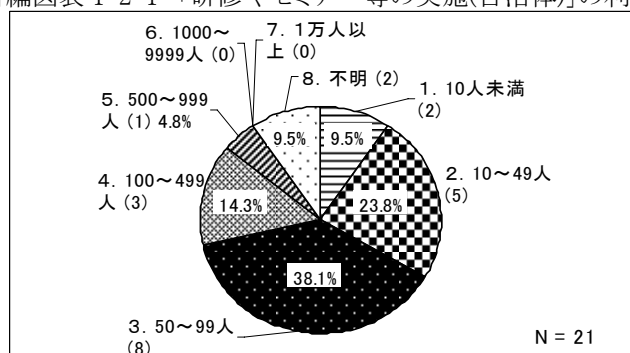
1-2-1 SOHO事業者向けの研修やセミナー等の実施

[同サービスを実施している 32 自治体(44.4%)のうち詳細質問に回答した有効数は 21 団体]

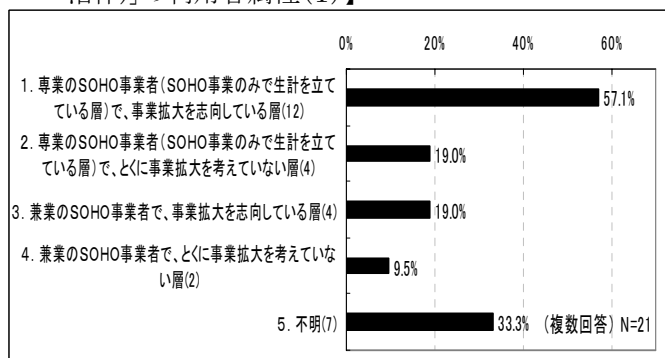
(1) 利用者の数とタイプ・業種

各自治体が「研修やセミナー等の実施」という支援サービスを何人のSOHO事業者を提供しているかをみると 100 人未満の回答で約 7 割であった。タイプは専門のSOHO事業者で事業拡大を志向している層が 6 割弱と多いという反面、対象は主婦SOHO（在宅ワーカー）事業者層が多く、中高年・シニア層、専門性の高い技量を有した層となっている。業種は、「情報システム・ソフト開発」「ホームページの企画・制作、運用・メンテナンス」が多い。

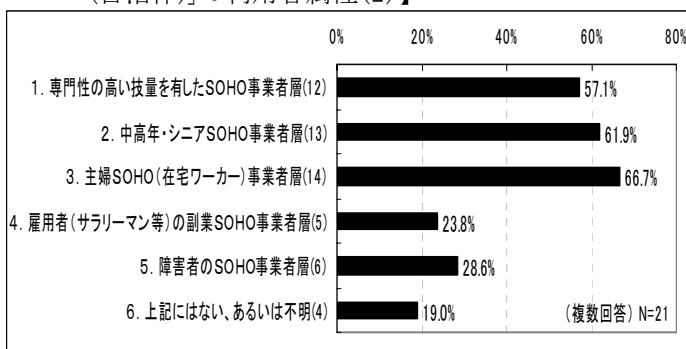
【資料編図表 1-2-1 「研修やセミナー等の実施(自治体)」の利用者数】



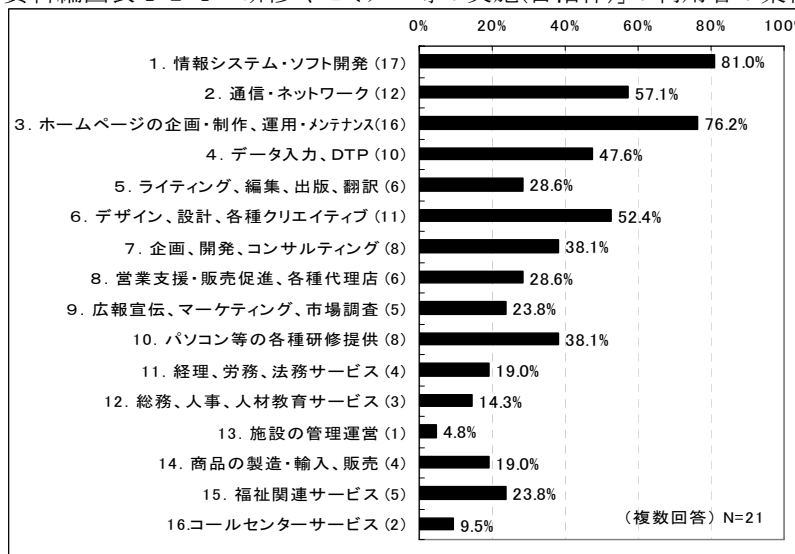
【資料編図表 1-2-2 「研修やセミナー等の実施(自治体)」の利用者属性(1)】



【資料編図表 1-2-3 「研修やセミナー等の実施(自治体)」の利用者属性(2)】



【資料編図表 1-2-4 「研修やセミナー等の実施(自治体)」の利用者の業種】

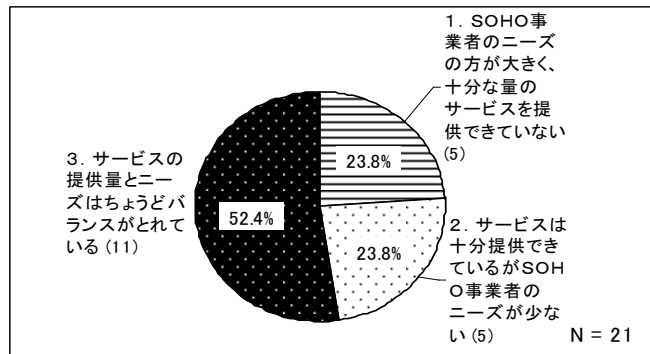


(2) 提供状況

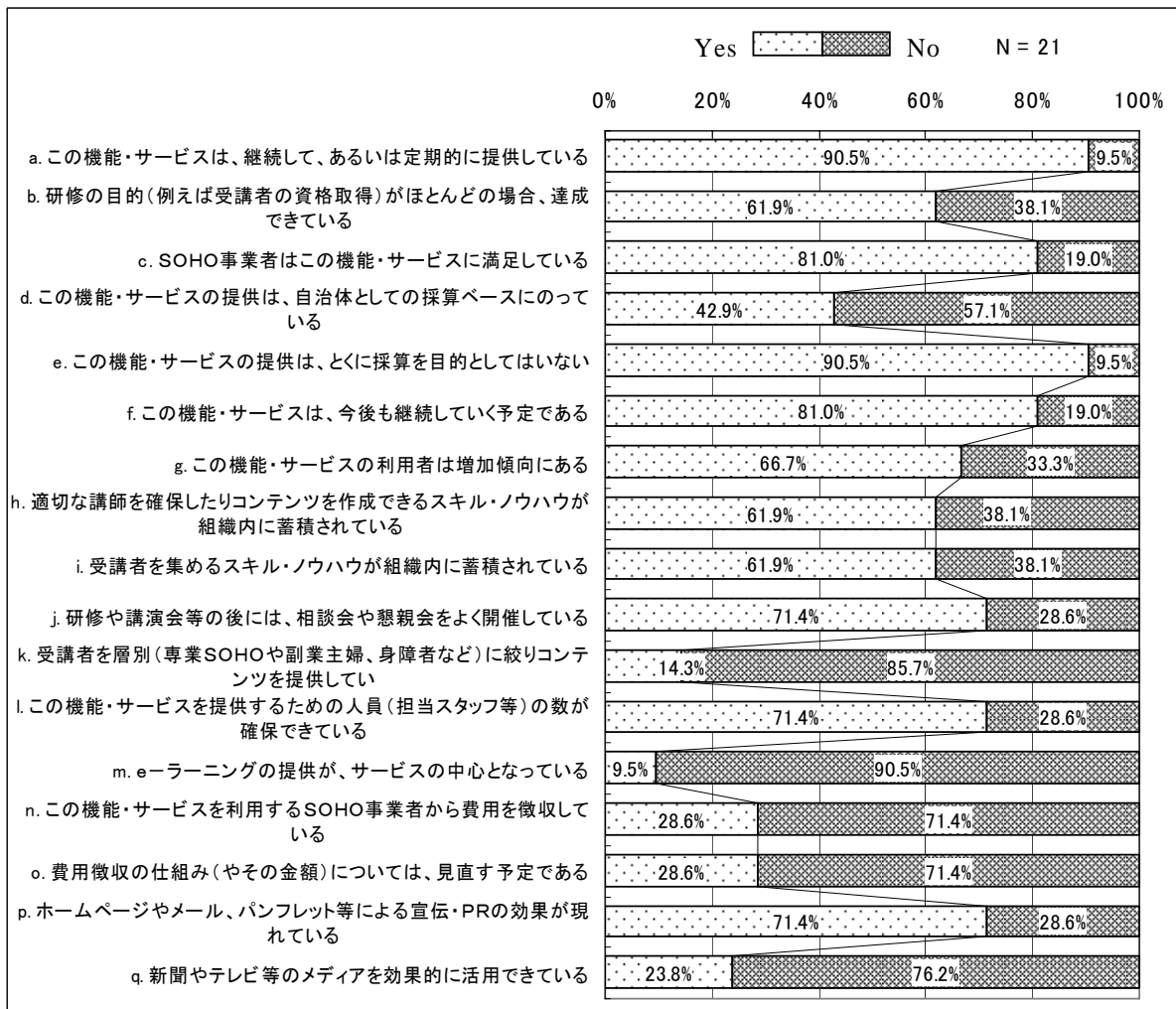
SOHO事業者への研修やセミナー等の実施状況は、「サービスの提供量とニーズはちょうどバランスがとれている」が半数強でもっとも多い。

このサービスに関する現状として、「継続してあるいは定期的に提供している」と「特に採算を目的としていない」という回答が9割を超えている。

【資料編図表 1-2-5 「研修やセミナー等の実施(自治体)」の需給状況】



【資料編図表 1-2-6 「研修やセミナー等の実施(自治体)」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】



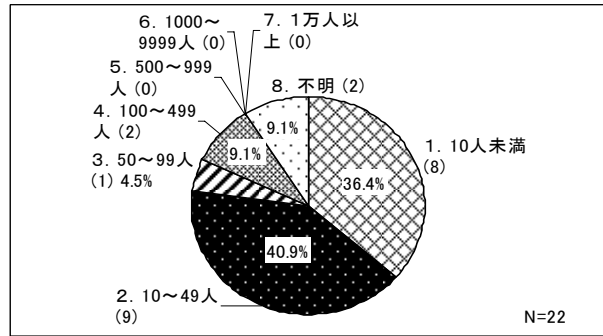
1-2-2 相談やコンサルテーション等の実施

[同サービスを実施している 35 自治体(48.6%)のうち詳細質問に回答した有効数は 22 団体]

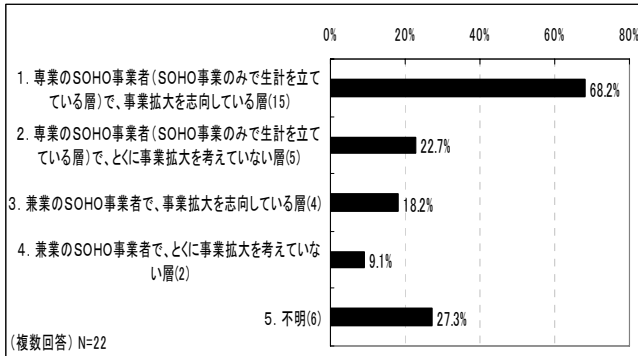
(1) 利用者の数とタイプ・業種

相談やコンサルテーション等の利用者数は、「10～49 人」と「10 人未満」で 8 割となっている。タイプは専門の事業者で事業拡大を志向している層が約 7 割で、専門性の高い技量を有した層と中高年・シニア層が多い。業種は、「情報システム・ソフト開発」「ホームページ企画・制作、運用・メンテナンス」「企画、開発、コンサルティング」が 5 割を超えた回答となっている。

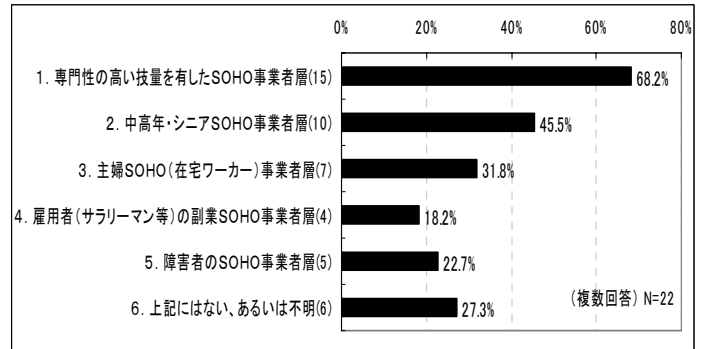
【資料編図表 1-2-7 「相談やコンサルテーション等の実施(自治体)」の利用者数】



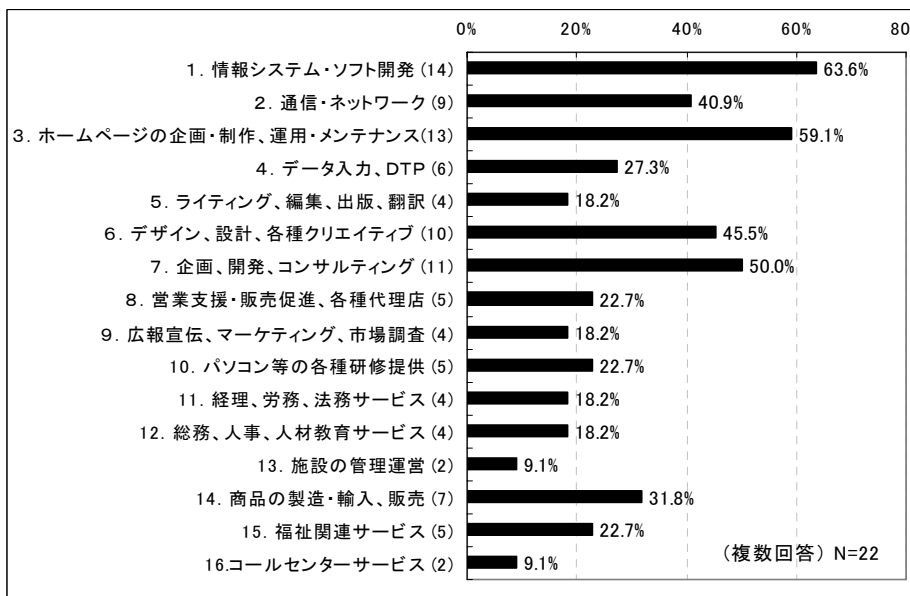
【資料編図表 1-2-8 「相談やコンサルテーション等の実施(自治体)」の利用者属性(1)】



【資料編図表 1-2-9 「相談やコンサルテーション等の実施(自治体)」の利用者属性(2)】



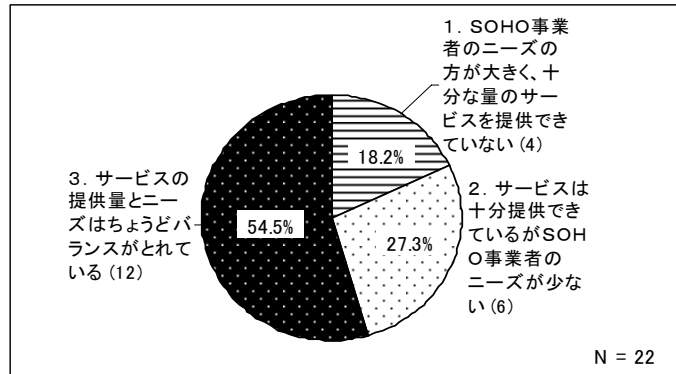
【資料編図表 1-2-10 「相談やコンサルテーション等の実施(自治体)」の利用者の業種】



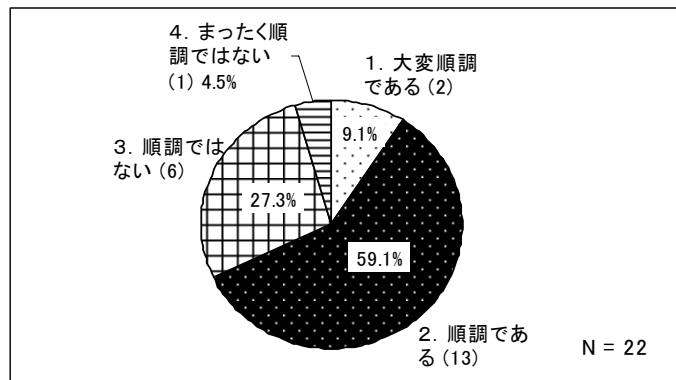
(2) 提供状況

相談やコンサルテーション等の提供状況は、「サービスの提供量とニーズはちょうどバランスがとれている」が半数以上で、6割以上が順調としている。「継続して、あるいは定期的に提供している」「とくに採算を目的としていない」「今後も継続していく予定だ」が9割を超えている。

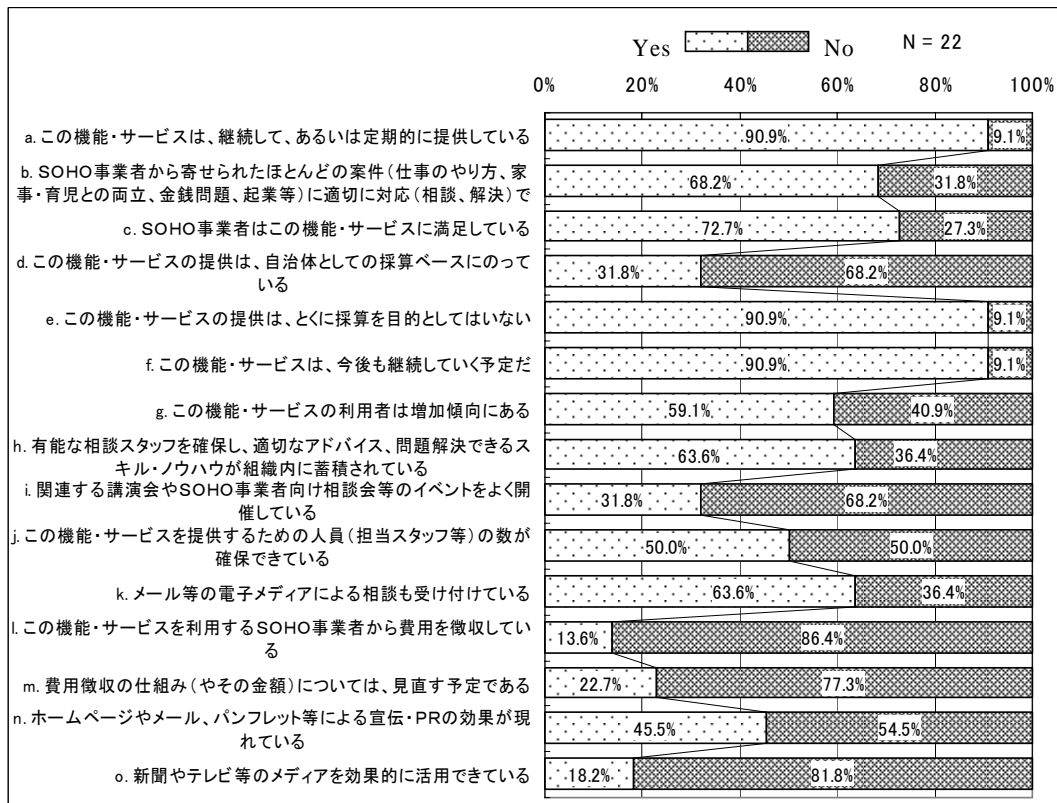
【資料編図表 1-2-11 「相談やコンサルテーション等の実施(自治体)」の需給状況】



【資料編図表 1-2-12 「相談やコンサルテーション等の実施(自治体)」の順調さ】



【資料編図表 1-2-13 「相談やコンサルテーション等の実施(自治体)」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】



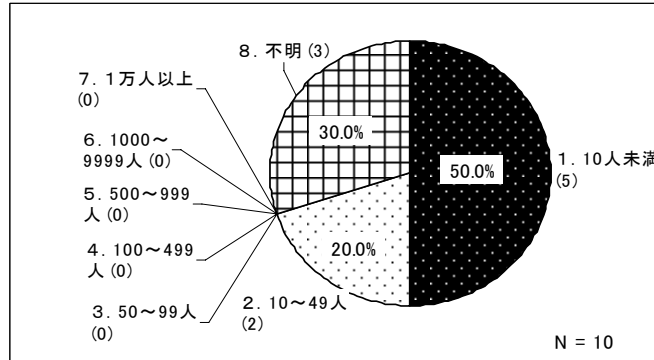
1-2-3 金融機関の紹介などファイナンス面での支援

[同サービスを実施している 35 自治体(48.6%)のうち詳細質問に回答した有効数は 22 団体]

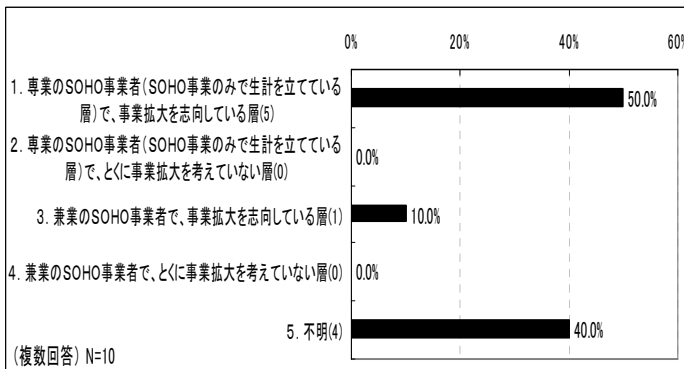
(1) 利用者の数とタイプ・業種

金融機関の紹介などファイナンス面での支援サービスは、「10 人未満」とする自治体が半数にのぼる。10 団体の回答ではあるが、専業の事業者と兼業の事業者を比較してみると前者に対してのみサービス提供が 5 倍となっている。対象層は、専門性の高い技量を有する層が 5 割となっている。業種は、「情報システム・ソフト開発」「ホームページ企画・制作、運用・メンテナンス」が 5 割となっている。

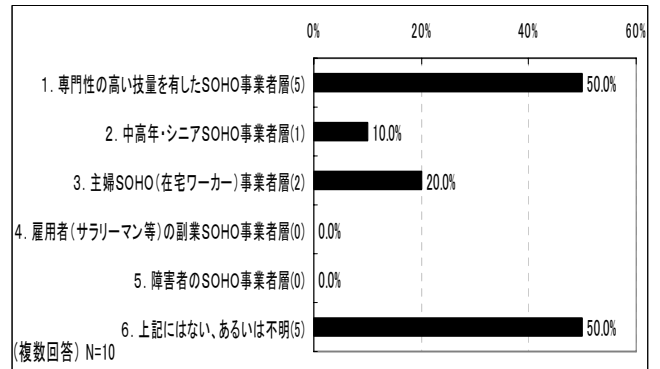
【資料編図表 1-2-14 「金融機関の紹介などファイナンス面での支援(自治体)」の利用者数】



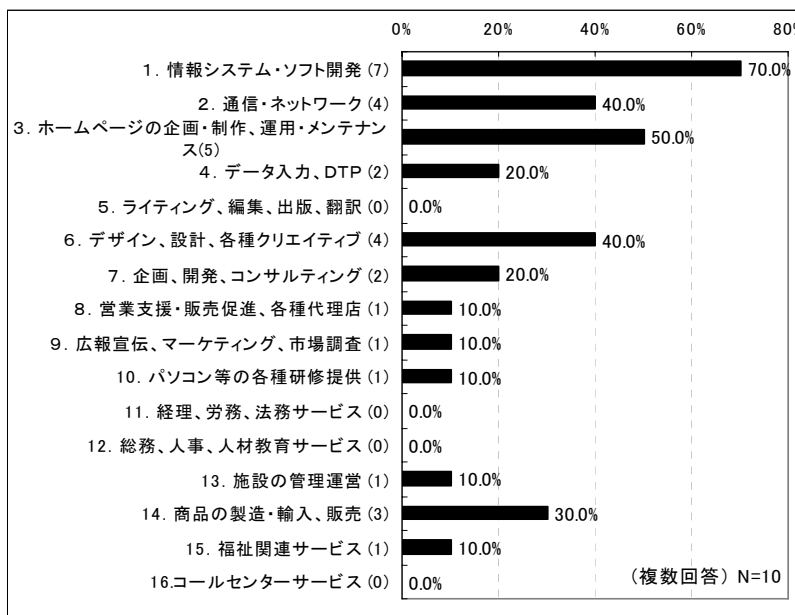
【資料編図表 1-2-15 「金融機関の紹介などファイナンス面での支援(自治体)」の利用者属性(1)】



【資料編図表 1-2-16 「金融機関の紹介などファイナンス面での支援(自治体)」の利用者属性(2)】



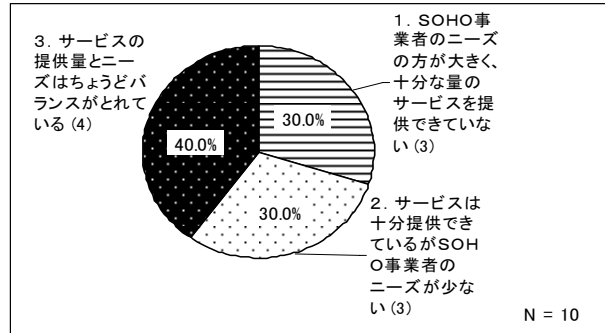
【資料編図表 1-2-17 「金融機関の紹介などファイナンス面での支援(自治体)」の利用者の業種】



(2) 提供状況

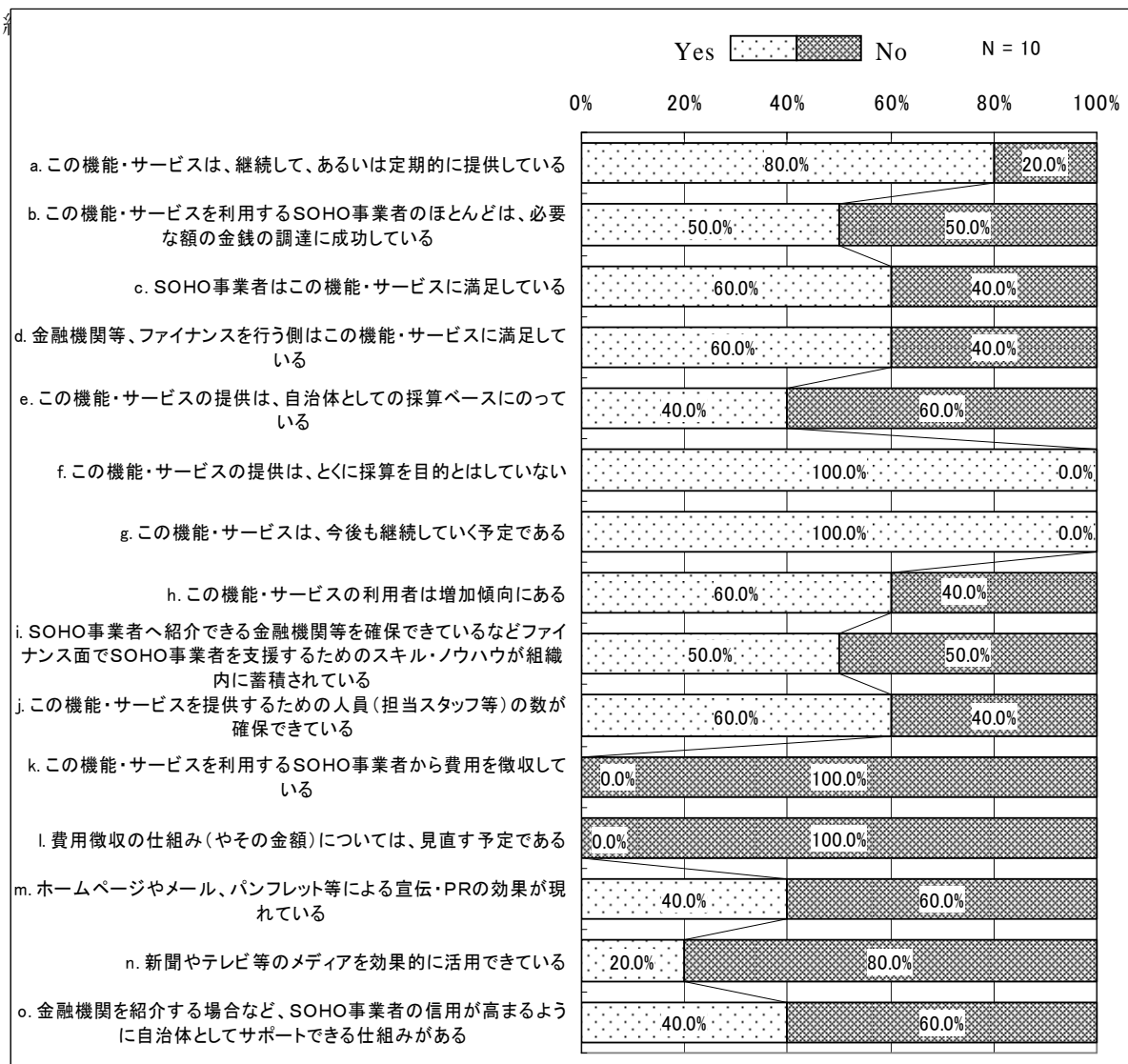
金融機関の紹介などファイナンス面のサービス提供状況は、回答数が10であり、「提供量とニーズはバランスがとれている」と他の回答で3分している。回答の全自治体がこのサービスを継続していく予定であり、8割が定期的に提供していると回答している。

【資料編図表 1-2-18 「金融機関の紹介などファイナンス面での支援(自治体)」の需給状況】



【資料編図表 1-2-19

「金融機関の紹介などファイナンス面での支援(自治体)」に関する現状(Yes-No 質問の回答)



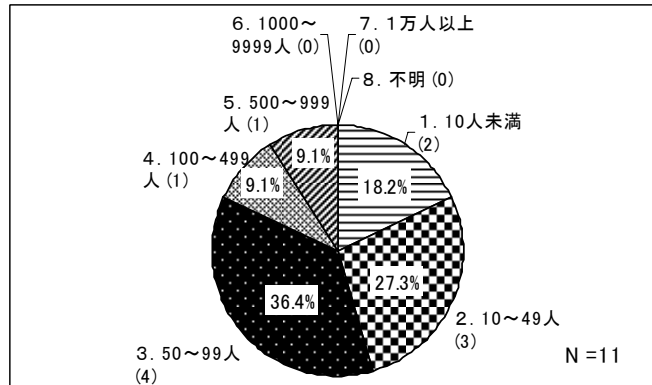
1-2-4 交流イベントの開催や電子的交流の場の提供

[同サービスを実施している 19 自治体 (26.4%) のうち詳細質問に回答した有効数は 11 団体]

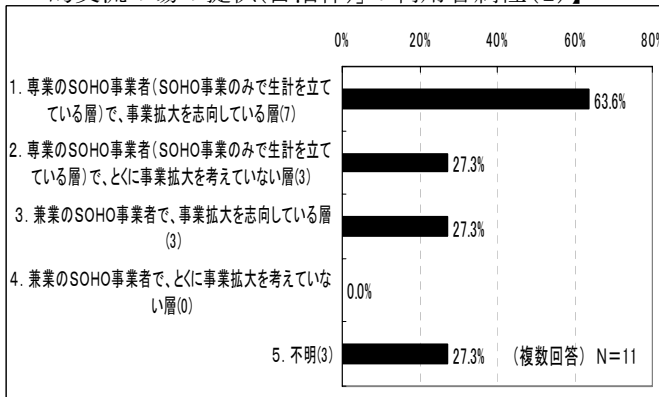
(1) 利用者の数とタイプ・業種

交流イベントの開催や電子的交流の場の利用者数は、100 人未満とする自治体が 8 割強である。属性は、専業で事業拡大を志向している層で、かつ専門性の高い技量を有した層が一番多い反面、主婦層が次に対象となっている。業種は、「情報システム・ソフト開発」「ホームページ企画・制作、運用・メンテナンス」「デザイン、設計、各種クリエイティブ」が 7 割を超えている。「通信・ネットワーク」「企画、開発、コンサルティング」と続き、比較的業種に偏りが少ない。

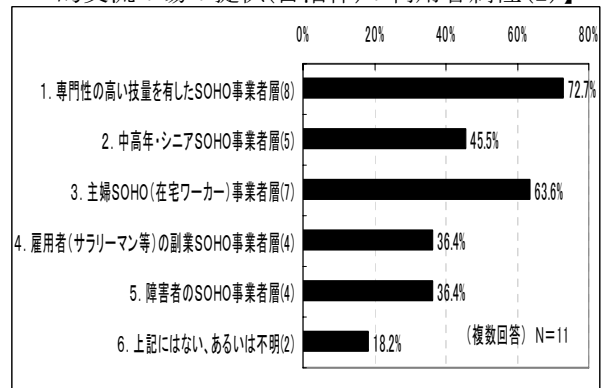
【資料編図表 1-2-20 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供(自治体)」の利用者数】



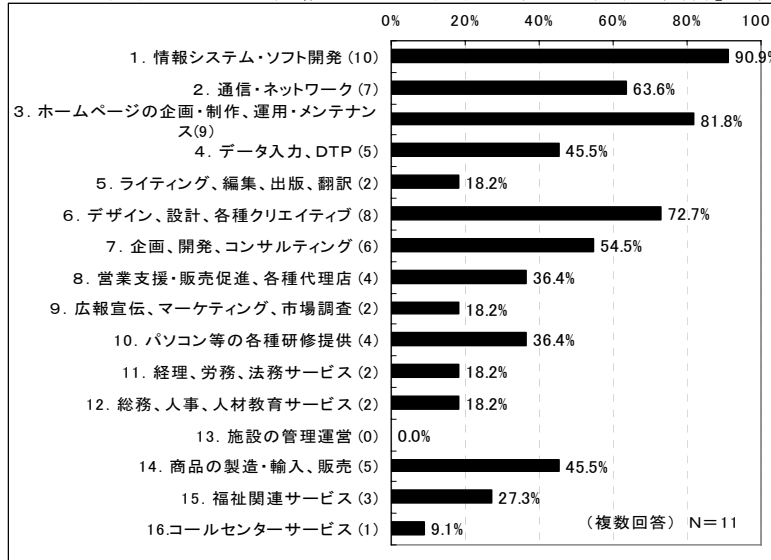
【資料編図表 1-2-21 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供(自治体)」の利用者属性(1)】



【資料編図表 1-2-22 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供(自治体)」の利用者属性(2)】



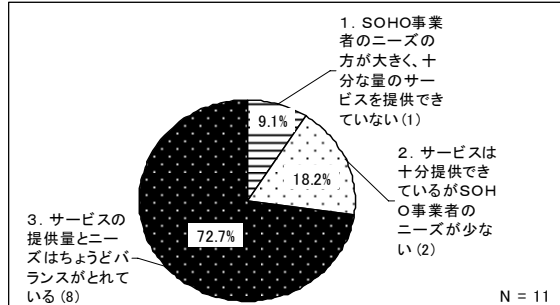
【資料編図表 1-2-23 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供(自治体)」の利用者の業種】



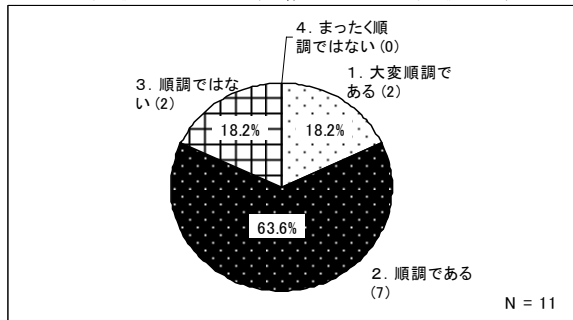
(2) 提供状況

交流イベントの開催や電子的交流の場の提供状況は、「サービスの提供量とニーズはちょうどバランスがとれている」が7割強となっている。この機能・サービスの提供活動が、順調かどうかを聞いた質問に対しては、8割強が順調であると答えている。このサービスの現状は「一度サービスを利用したSOHO事業者は、その後も繰り返し利用する」「今後も継続して提供する」が9割を超えている。

【資料編図表 1-2-24 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供(自治体)」の需給状況】

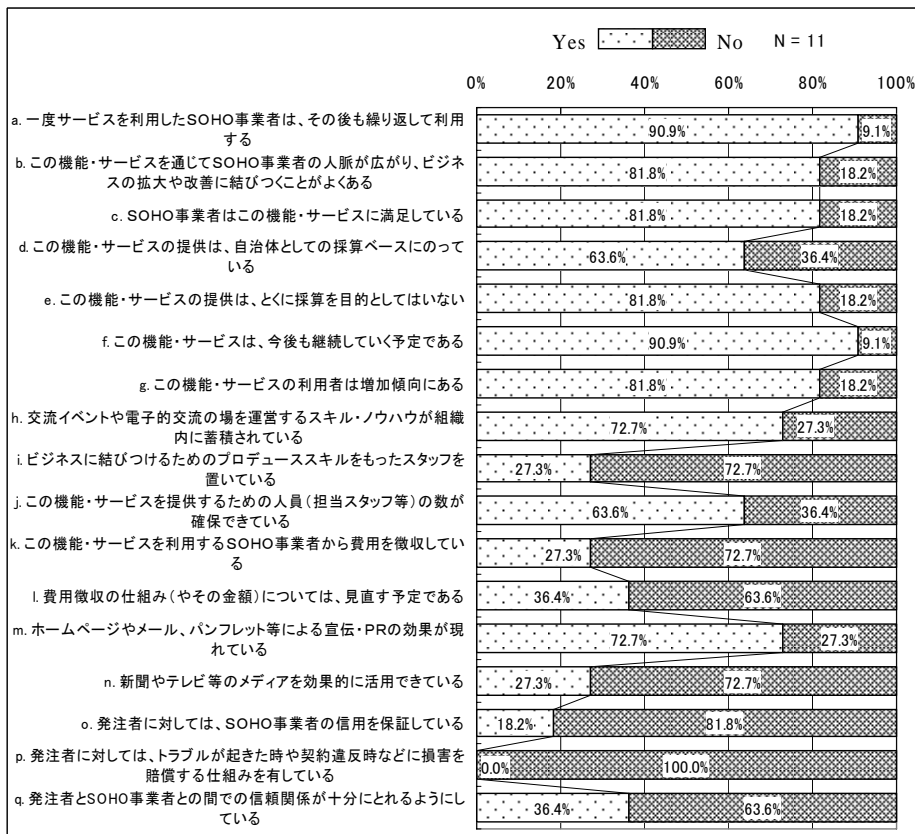


【資料編図表 1-2-25 「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供(自治体)」の順調さ】



【資料編図表 1-2-26

「交流イベントの開催や電子的交流の場の提供(自治体)」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】



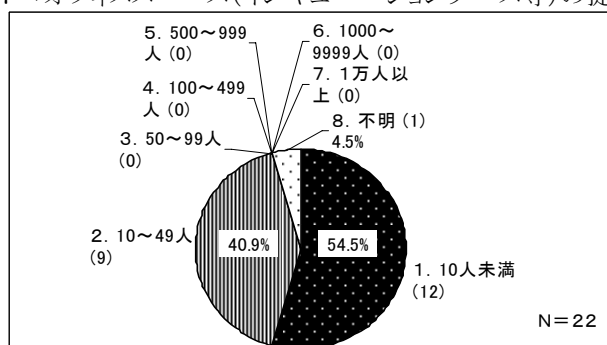
1-2-5 オフィススペース（インキュベーションブース等）の提供

[同サービスを実施している 44 自治体 (61.1%) のうち詳細質問に回答した有効数は 22 団体]

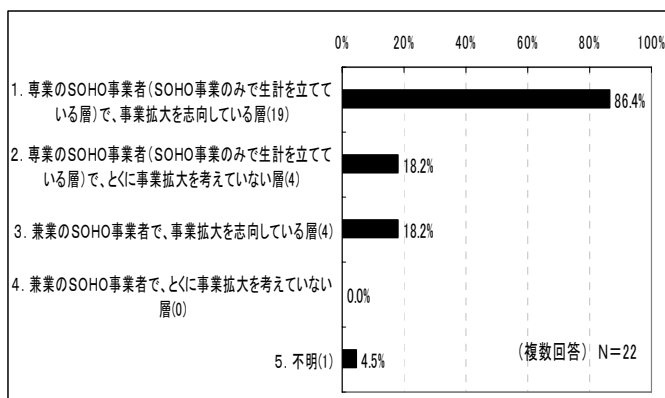
(1) 利用者の数とタイプ・業種

自治体によるオフィススペースの提供は、利用者数が「10 人未満」との回答が半数以上にのぼり、50 人未満で 9 割強となっている。「オフィススペースの提供」を利用している SOHO 事業者の 8 割強が「専門の SOHO 事業者で、事業拡大を志向している層」となっている。業種は、「情報システム・ソフト開発」が約 9 割を超えている。

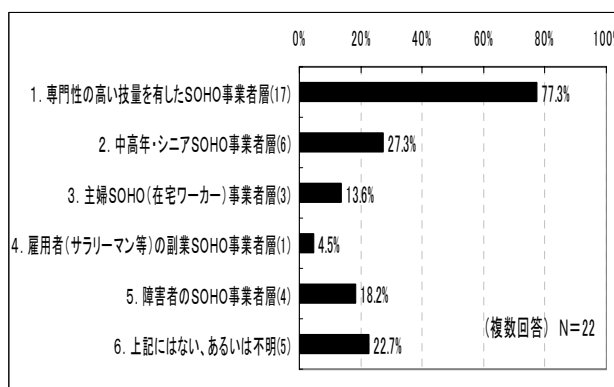
【資料編図表 1-2-27 「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供(自治体)」の利用者数】



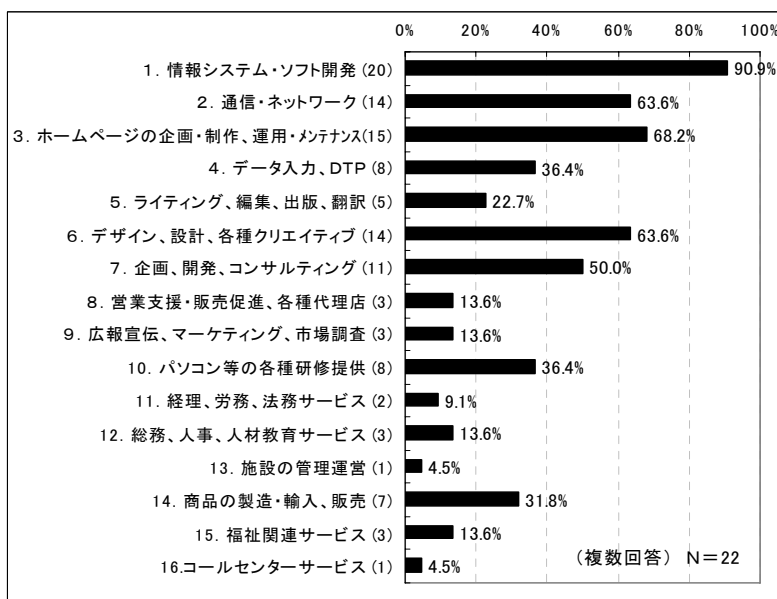
【資料編図表 1-2-21 「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供(自治体)」の利用者属性(1)】



【資料編図表 1-2-22 「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供(自治体)」の利用者属性(2)】



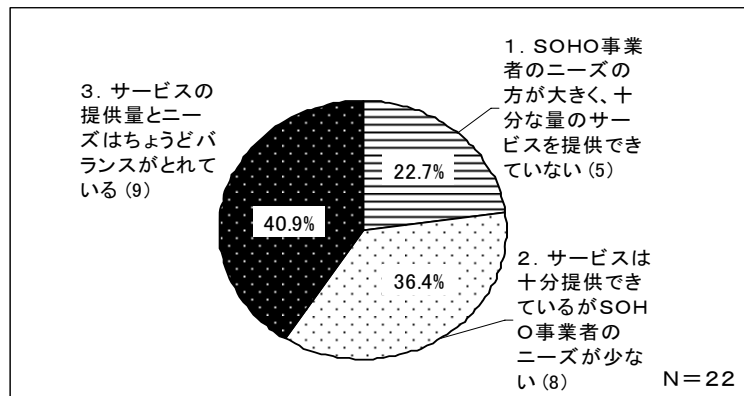
【資料編図表 1-2-30 「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供(自治体)」の利用者の業種】



(2) 提供状況

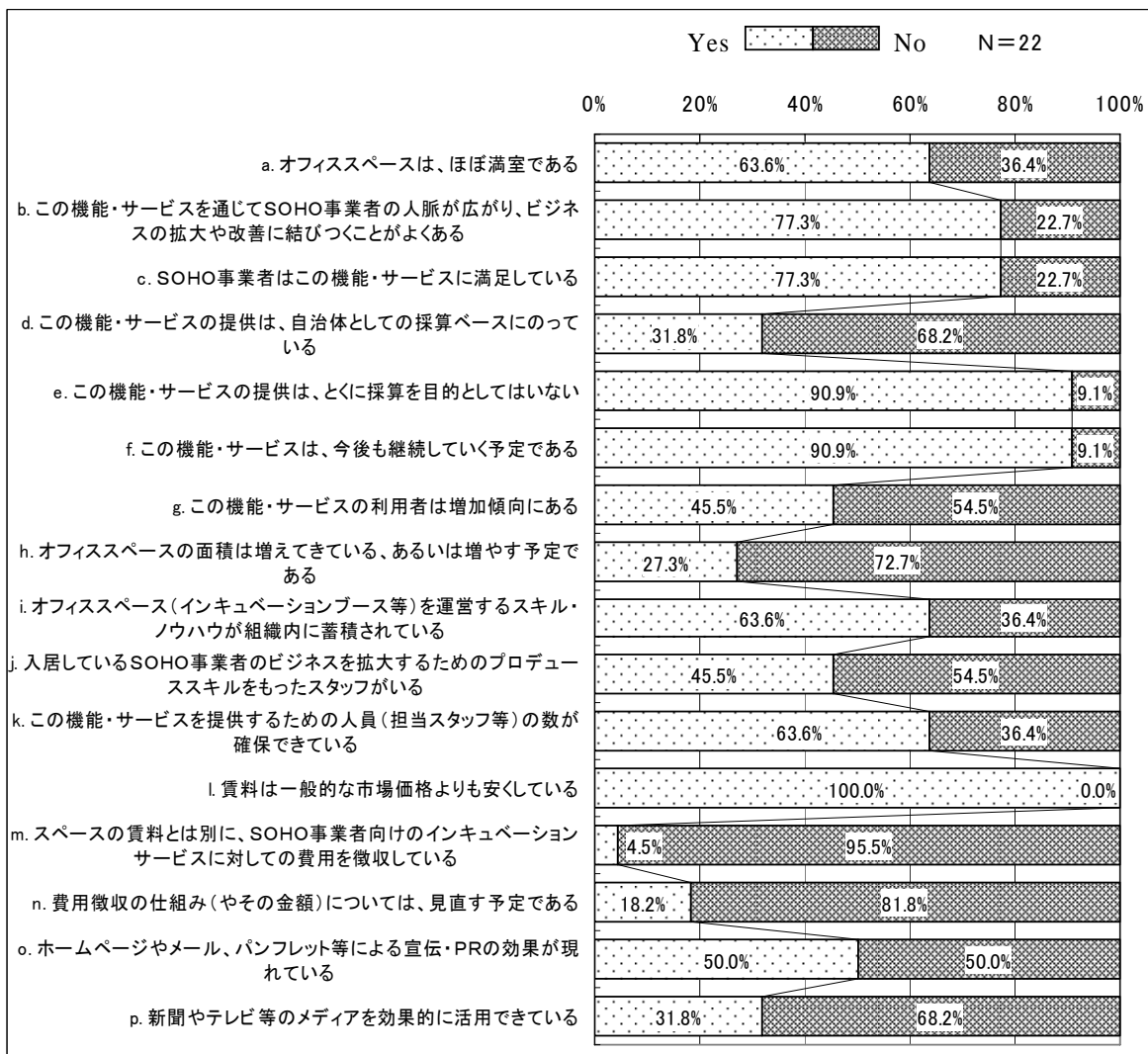
自治体によるオフィススペースの提供状況は、「サービスの提供量とニーズはちょうどバランスがとれている」が約4割強である。「オフィススペースは、ほぼ満室である」の回答が約6割で、一方「資料は一般的な市場価格よりも安くしている」「とくに採算を目的としていない」「今後も継続していく予定である」が9割を超えている。

【資料編図表 1-2-31 「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供(自治体)」の需給状況】



【資料編図表 1-2-32

「オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供(自治体)」に関する現状(Yes-No 質問の回答結果)】



2 Webアンケート調査票

2-1 SOHO支援団体向け調査票

1. SOHO支援団体の概要

質問1 貴団体・企業（またはグループ、個人）の概要について伺います。

- ①名称 _____
 - ②eメールアドレス _____
 - ③電話番号 _____
 - ④担当記入者名 _____
 - ⑤所在地 プルダウンで都道府県を選択
 - ⑥スタッフ数
 1. 1人
 2. 2～4人
 3. 5～9人
 4. 10～49人
 5. 50～99人
 6. 100～299人
 7. 300～999人
 8. 1000人以上
 - ⑦年間売上高
 1. 100万円未満
 2. 100～300万円未満
 3. 300～500万円未満
 4. 500～1000万円未満
 5. 1000～5000万円未満
 6. 5000万円～1億円未満
 7. 1億円～5億円未満
 8. 5億円以上
 - ⑧設立年
 1. 1995（平成7）年以前
 2. 1996（平成8）年～2000（平成12）年
 3. 2001（平成13）年～2003（平成15）年
 4. 2004（平成16）年以後
 - ⑨組織形態
 1. 民間出資による企業法人（株式会社や有限会社など）
 2. 主に国の出資が入った株式会社などの第3セクター
 3. 主に都道府県の出資が入った株式会社などの第3セクター
 4. 主に市区町村の出資が入った株式会社などの第3セクター
 5. 国管轄の社団法人、財団法人
 6. 都道府県管轄の社団法人、財団法人
 7. 市区町村管轄の社団法人、財団法人
 8. NPO法人（特定非営利活動法人）
 9. 法人格を持たないグループ（任意団体）
 10. 商工会議所、商工会
 11. 個人
 12. その他 [_____]
 - ⑩業種、活動分野等
- 主な活動分野を選択してください。（3つまで複数選択可）
1. 情報システム・ソフト開発
 2. 通信・ネットワーク
 3. ホームページの企画・制作、運用・メンテナンス
 4. データ入力、DTP
 5. ライティング、編集、出版、翻訳
 6. デザイン、設計、各種クリエイティブ
 7. 企画、開発、コンサルティング
 8. 営業支援・販売促進、各種代理店
 9. 広報宣伝、マーケティング、市場調査
 10. パソコン等の各種研修提供
 11. 経理、労務、法務サービス
 12. 総務、人事、人材教育サービス
 13. 施設の管理運営
 14. 商品の製造・輸入、販売
 15. 福祉関連サービス
 16. コールセンターサービス
 17. その他 [具体的に _____]
- NPO法人の場合は、下記にもお答えください。
- 主な活動分野を選択してください。（3つまでの複数選択可）
1. 保健、医療又は福祉の増進を図る活動
 2. 社会教育の推進を図る活動
 3. まちづくりの推進を図る活動
 4. 学術、文化、芸術又はスポーツの振興を図る活動
 5. 環境の保全を図る活動
 6. 災害救助活動
 7. 地域安全活動
 8. 人権の擁護又は平和の推進を図る活動
 9. 国際協力の活動
 10. 男女共同参画社会の形成の促進を図る活動
 11. 子どもの健全育成を図る活動
 12. 情報化社会の発展を図る活動
 13. 科学技術の振興を図る活動
 14. 経済活動の活性化を図る活動

15. 職業能力の開発又は雇用機会の拡充を支援する活動
16. 消費者の保護を図る活動
17. 前各号に掲げる活動を行う団体の運営又は活動に関する連絡、助言又は援助の活動

2. 支援内容について

質問2 現時点でSOHO事業者を提供している機能・サービスを選択してください（複数回答可）。
また重点的に提供しているものは何ですか。1、2、3位をお答えください。

1. SOHO事業者への仕事の紹介・斡旋（マッチングサイトの提供も含む）
2. 仕事の条件についての代理交渉や契約サポート
3. SOHO事業者向けの仕事の受注とSOHO事業者への仕事の発注
4. SOHO事業者に対しての納期・スケジュール管理や業務の品質管理
5. SOHO事業者向けの研修やセミナー等の実施
6. 相談やコンサルテーション等の実施
7. 金融機関の紹介等ファイナンス面での支援
8. 経理・税務や申告書類の作成等の事務代行
9. SOHO事業者のトラブル回避や解決の支援（仲裁など）
10. 情報セキュリティ、個人情報保護（プライバシー保護）に関連する情報の提供や指導
11. 旅館やレストランなど福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引など
12. SOHO事業者向けの保険紹介や加入の斡旋
13. 交流イベントの開催や電子的交流の場の提供
14. オフィススペース（インキュベーションブース等）の提供
15. その他→（)

また重点的に提供しているものは何ですか。1、2、3位をお答えください。

1. SOHO事業者への仕事の紹介・斡旋（マッチングサイトの提供も含む）
2. 仕事の条件についての代理交渉や契約サポート
3. SOHO事業者向けの仕事の受注とSOHO事業者への仕事の発注
4. SOHO事業者に対しての納期・スケジュール管理や業務の品質管理
5. SOHO事業者向けの研修やセミナー等の実施
6. 相談やコンサルテーション等の実施
7. 金融機関の紹介等ファイナンス面での支援
8. 経理・税務や申告書類の作成等の事務代行
9. SOHO事業者のトラブル回避や解決の支援（仲裁など）
10. 情報セキュリティ、個人情報保護（プライバシー保護）に関連する情報の提供や指導
11. 旅館やレストランなど福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引など
12. SOHO事業者向けの保険紹介や加入の斡旋
13. 交流イベントの開催や電子的交流の場の提供
14. オフィススペース（インキュベーションブース等）の提供
15. その他

質問3 提供している支援機能・サービス（質問2-1で○をした項目）について、以下の質問にお答えください。

1. SOHO事業者への仕事の紹介・斡旋（マッチング）

Q1) およそ何人のSOHO事業者がこのサービスを利用していますか

1. 10人未満
2. 10~49人
3. 50~99人
4. 100~499人
5. 500~999人
6. 1000~9999人
7. 1万人以上
8. 不明

Q2) 主にどのようなタイプのSOHO事業者がこのサービスを利用していますか（複数選択可）。

1. 専業のSOHO事業者（SOHO事業のみで生計を立てている層）で、事業拡大を志向している層
2. 専業のSOHO事業者（SOHO事業のみで生計を立てている層）で、とくに事業拡大を考えていない層
3. 兼業のSOHO事業者で、事業拡大を志向している層
4. 兼業のSOHO事業者で、とくに事業拡大を考えていない層
5. 不明

Q3) 次のようなSOHO事業者を、支援の対象としていますか（複数選択可）。

1. 専門性の高い技量を有したSOHO事業者層
2. 中高年・シニアSOHO事業者層
3. 主婦SOHO（在宅ワーカー）事業者層
4. 雇用者（サラリーマン等）の副業SOHO事業者層
5. 障害者のSOHO事業者層

6. 上記にはない、あるいは不明
- Q 4) 仕事を紹介・斡旋するSOHO事業者の業種（活動分野）を選択してください。（複数回答可）
1. 情報システム・ソフト開発
 2. 通信・ネットワーク
 3. ホームページの企画・制作、運用・メンテナンス
 4. データ入力、DTP
 5. ライティング、編集、出版、翻訳
 6. デザイン、設計、各種クリエイティブ
 7. 企画、開発、コンサルティング
 8. 営業支援・販売促進、各種代理店
 9. 広報宣伝、マーケティング、市場調査
 10. パソコン等の各種研修提供
 11. 経理、労務、法務サービス
 12. 総務、人事、人材教育サービス
 13. 施設の管理運営
 14. 商品の製造・輸入、販売
 15. 福祉関連サービス
 16. コールセンターサービス
 17. その他 [具体的に_____]
- Q 5) この機能・サービスを提供するにあたっての需給のバランスについてお聞きします。あてはまるものを選択してください。
1. 機能・サービスを受けたいというSOHO事業者が多く、現状ではSOHO事業者のそうした高いニーズに対応しきれていない
 2. まだSOHO事業者のニーズが高まっておらず、この機能・サービスが利用される機会は想定よりも少ない
 3. 当初想定していた利用者（発注者、SOHO事業者）数を確保できており、ちょうどSOHO事業者のニーズと機能・サービスの提供（供給）とのバランスがとれている。
- Q 6) この機能・サービスの提供活動は順調ですか。
1. 大変順調である
 2. 順調である
 3. 順調ではない
 4. まったく順調ではない
- Q 7) この機能・サービスの現状についてお聞きします。Yes-Noの該当する方に○をしてください。
- | | |
|---|--------|
| ①SOHO事業者へ紹介・斡旋する仕事の量は十分にある | Yes-No |
| ②発注者から請けた仕事量に見合うSOHO事業者の数を有している | Yes-No |
| ③紹介・斡旋（マッチング）できている仕事の質はSOHO事業者のレベルと合っている | Yes-No |
| ④SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している | Yes-No |
| ⑤発注者はこの機能・サービスに満足している | Yes-No |
| ⑥この機能・サービスは、採算ベースにのっている | Yes-No |
| ⑦この機能・サービスは、とくに採算を目的とはしていない | Yes-No |
| ⑧この機能・サービスは、今後も継続していく予定である | Yes-No |
| ⑨この機能・サービスの利用者は増加傾向にある | Yes-No |
| ⑩仕事を紹介・斡旋するためのスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている | Yes-No |
| ⑪紹介・斡旋できる仕事を獲得するための営業体制が組織内にある | Yes-No |
| ⑫この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている | Yes-No |
| ⑬マッチングサイトの運営が、サービスの中心となっている | Yes-No |
| ⑭紹介・斡旋が成功したときに、SOHO事業者から費用を徴収している | Yes-No |
| ⑮費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である | Yes-No |
| ⑯ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている | Yes-No |
| ⑰新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている | Yes-No |
| ⑱仕事を紹介・斡旋した場合、業務契約の当事者ではないが債務保証者になる | Yes-No |
| ⑲業務契約には関係しないが、仕事の成果に瑕疵があった場合やSOHO事業者側の理由で納期が遅れた場合などSOHO事業者と責任分担して処理する | Yes-No |
| ⑳この機能・サービス提供について公的機関からの金銭的な支援を受けている、あるいは公的な予算で行っている | Yes-No |
| 21 発注者に対して、SOHO事業者の信用を保証している | Yes-No |
| 22 発注者に対してはトラブルが起きた時や契約違反時などに損害を賠償する仕組みを有している | Yes-No |
| 23 発注者とSOHO事業者との間での信頼関係が十分にとれている | Yes-No |

質問3については、Q7を除いて以下の項目に関して同様。

2. 仕事の条件についての代理交渉や契約サポート、 3. SOHO事業者への仕事の発注、 4. SOHO事業者に対しての納期・スケジュール管理や業務の品質管理、 6. 相談やコンサルティング等の実施、 13. 交流イベントの開催や電子的交流の場の提供
上記以外の項目については、質問3のなかのQ6の設問がなくなる。

2. 仕事の条件についての代理交渉や契約サポート

- Q 7) この機能・サービスの現状についてお聞きます。Yes-No の該当する方に○をしてください。
- | | |
|---|--------|
| ①一度サービスを利用したSOHO事業者は、その後も繰り返して利用する | Yes-No |
| ②一度サービスを利用した発注者は、その後も繰り返して利用する | Yes-No |
| ③交渉や契約にあたっては、発注者もSOHO事業者も共にメリットを得られる | Yes-No |
| ④SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している | Yes-No |
| ⑤発注者はこの機能・サービスに満足している | Yes-No |
| ⑥この機能・サービスの提供は、採算ベースにのっている | Yes-No |
| ⑦この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的とはしていない | Yes-No |
| ⑧この機能・サービスは、今後も継続していく予定である | Yes-No |
| ⑨この機能・サービスの利用者（SOHO事業者）は増加傾向にある | Yes-No |
| ⑩商談成立や発注者とSOHO事業者との契約件数は増加傾向にある | Yes-No |
| ⑪交渉や契約にあたってのスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている | Yes-No |
| ⑫この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている | Yes-No |
| ⑬この機能・サービスを利用するSOHO事業者側から費用を徴収している | Yes-No |
| ⑭費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である | Yes-No |
| ⑮ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている | Yes-No |
| ⑯新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている | Yes-No |
| ⑰この機能・サービス提供について公的機関からの金銭的な支援を受けている、あるいは公的な予算で行っている | Yes-No |
| ⑱発注者に対して、SOHO事業者の信用保証（業務遂行保証や品質保証など）をしている | Yes-No |
| ⑲発注者に対してはトラブルが起きた時や契約違反時などに損害を賠償する仕組みを有している | Yes-No |
| ⑳発注者とSOHO事業者との間での信頼関係が十分にとれている | Yes-No |

3. SOHO事業者への仕事の発注

- Q 7) この機能・サービスの現状についてお聞きます。Yes-No の該当する方に○をしてください。
- | | |
|---|--------|
| ①SOHO事業者へ発注する仕事の量は十分にある | Yes-No |
| ②発注する仕事の質はSOHO事業者のレベルと合っている | Yes-No |
| ③SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している | Yes-No |
| ④発注者はこの機能・サービスに満足している | Yes-No |
| ⑤この機能・サービスの提供は、採算ベースにのっている | Yes-No |
| ⑥この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的とはしていない | Yes-No |
| ⑦SOHO事業者への仕事発注は、今後も継続していく予定である | Yes-No |
| ⑧発注者は増加傾向にある | Yes-No |
| ⑨仕事を受注するための営業ノウハウがある | Yes-No |
| ⑩仕事をSOHO事業者へ発注し、管理するスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている | Yes-No |
| ⑪この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている | Yes-No |
| ⑫仕事の受注につながる、付加価値の高いスキルを組織として有している | Yes-No |
| ⑬質の高いスキルを有したSOHO事業者をネットワークしている | Yes-No |
| ⑭SOHO事業者を研修してスキルを向上させる仕組みを有している | Yes-No |
| ⑮SOHO事業者への発注に関しての単価や報酬については、見直す予定である | Yes-No |
| ⑯ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている | Yes-No |
| ⑰新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている | Yes-No |
| ⑱仕事を発注するSOHO事業者とは業務契約を必ず交わしている | Yes-No |
| ⑲この機能・サービス提供について公的機関からの金銭的な支援を受けている、あるいは公的な予算で行っている | Yes-No |
| ⑳発注者に対して、SOHO事業者の信用保証（業務遂行保証や品質保証など）をしている | Yes-No |
| 21 発注者に対してはトラブルが起きた時や契約違反時などに損害を賠償する仕組みを有している | Yes-No |
| 22 発注者とSOHO事業者との間での信頼関係が十分にとれている | Yes-No |

4. SOHO事業者に対しての納期・スケジュール管理や業務の品質管理

- Q 7) この機能・サービスの現状についてお聞きます。Yes-No の該当する方に○をしてください。
- | | |
|----------------------------------|--------|
| ①納期や品質を管理することで、発注者とのトラブルは回避できている | Yes-No |
| ②発注者が要求している品質を確保して提供できている | Yes-No |

- ③ SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している Yes-No
- ④発注者はこの機能・サービスに満足している Yes-No
- ⑤この機能・サービスの提供は、採算ベースにのっている Yes-No
- ⑥この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的とはしていない Yes-No
- ⑦発注した業務における納期管理や品質管理は、今後も継続していく予定である Yes-No
- ⑧適切な管理を行えるスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている Yes-No
- ⑨管理を行うための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている Yes-No
- ⑩仕事の成果に瑕疵があった場合やSOHO事業者側の理由で納期が遅れた場合などSOHO事業者と責任分担して処理する Yes-No
- ⑪納期が遅れそうな場合には、他のSOHO事業者に依頼したり自ら行うなどして、納期内に収まるようにできる Yes-No
- ⑫この機能・サービス提供について公的機関からの金銭的な支援を受けている、あるいは公的な予算で行っている Yes-No
- ⑬発注者に対して、SOHO事業者の信用保証（業務遂行保証や品質保証など）をしている Yes-No
- ⑭発注者に対してはトラブルが起きた時や契約違反時などに損害を賠償する仕組みを有している Yes-No
- ⑮発注者とSOHO事業者との間での信頼関係が十分にとれている Yes-No

5. SOHO事業者向けの研修やセミナー、eラーニング等の実施

- Q 6) この機能・サービスの現状についてお聞きます。Yes-Noの該当する方に○をしてください。
- ①この機能・サービスは、継続して、あるいは定期的に提供している Yes-No
 - ②研修の目的（例えば受講者の資格取得）がほとんどの場合、達成できている Yes-No
 - ③SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している Yes-No
 - ④この機能・サービスの提供は、採算ベースにのっている Yes-No
 - ⑤この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的としてはいない Yes-No
 - ⑥この機能・サービスは、今後も継続していく予定である Yes-No
 - ⑦この機能・サービスの利用者は増加傾向にある Yes-No
 - ⑧適切な講師を確保したりコンテンツを作成できるスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている Yes-No
 - ⑨受講者を集めるスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている Yes-No
 - ⑩研修や講演会等の後には、相談会や懇親会をよく開催している Yes-No
 - ⑪受講者を層別（専業SOHOや副業主婦、身障者など）に絞りコンテンツを提供している Yes-No
 - ⑫この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている Yes-No
 - ⑬eラーニングの提供が、サービスの中心となっている Yes-No
 - ⑭この機能・サービスを利用するSOHO事業者から費用を徴収している Yes-No
 - ⑮費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である Yes-No
 - ⑯ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている Yes-No
 - ⑰新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている Yes-No
 - ⑱公的機関の相談窓口等と連携し、この機能・サービスを提供している Yes-No
 - ⑲この機能・サービス提供について公的機関からの金銭的な支援を受けている、あるいは公的な予算で行っている Yes-No

6. 相談やコンサルテーション等の実施

- Q 7) この機能・サービスの現状についてお聞きます。Yes-Noの該当する方に○をしてください。
- ①この機能・サービスは、継続して、あるいは定期的に提供している Yes-No
 - ②SOHO事業者から寄せられたほとんどの案件（仕事のやり方、家事・育児との両立、金銭問題、起業等）に適切に対応（相談、解決）できている Yes-No
 - ③SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している Yes-No
 - ④この機能・サービスの提供は、採算ベースにのっている Yes-No
 - ⑤この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的としてはいない Yes-No
 - ⑥この機能・サービスは、今後も継続していく予定だ Yes-No
 - ⑦この機能・サービスの利用者は増加傾向にある Yes-No
 - ⑧有能な相談スタッフを確保し、適切なアドバイス、問題解決できるスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている Yes-No
 - ⑨関連する講演会やSOHO事業者向け相談会等のイベントをよく開催している Yes-No
 - ⑩この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている Yes-No
 - ⑪メール等の電子メディアによる相談も受け付けている Yes-No
 - ⑫この機能・サービスを利用するSOHO事業者から費用を徴収している Yes-No

- ⑬費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である Yes-No
- ⑭ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている Yes-No
- ⑮新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている Yes-No
- ⑯公的機関の相談窓口等と連携し、この機能・サービスを提供している Yes-No
- ⑰この機能・サービス提供について公的機関からの金銭的な支援を受けている、あるいは公的な予算で行っている Yes-No
- ⑱発注者に対しては、SOHO事業者の信用を保証している Yes-No
- ⑲発注者に対してはトラブルが起きた時や契約違反時などに損害を賠償する仕組みを有している Yes-No
- ⑳発注者とSOHO事業者との間での信頼関係が十分にとれるようにしている Yes-No

7. 金融機関の紹介などファイナンス面での支援

- Q 6) この機能・サービスの現状についてお聞きます。Yes-Noの該当する方に○をしてください。
- ①この機能・サービスは、継続して、あるいは定期的に提供している Yes-No
 - ②この機能・サービスを利用するSOHO事業者のほとんどは、必要な額の金銭の調達に成功している Yes-No
 - ③SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している Yes-No
 - ④金融機関等、ファイナンスを行う側はこの機能・サービスに満足している Yes-No
 - ⑤この機能・サービスの提供は、採算ベースにのっている Yes-No
 - ⑥この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的とはしていない Yes-No
 - ⑦この機能・サービスは、今後も継続していく予定である Yes-No
 - ⑧この機能・サービスの利用者は増加傾向にある Yes-No
 - ⑨SOHO事業者へ紹介できる金融機関等を確保できているなどファイナンス面でSOHO事業者を支援するためのスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている Yes-No
 - ⑩この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている Yes-No
 - ⑪この機能・サービスを利用するSOHO事業者から費用を徴収している Yes-No
 - ⑫費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である Yes-No
 - ⑬ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている Yes-No
 - ⑭新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている Yes-No
 - ⑮金融機関を紹介する場合など、SOHO事業者の信用が高まるように支援団体としてサポートできる仕組みがある Yes-No
 - ⑯公的機関の相談窓口等と連携し、この機能・サービスを提供している Yes-No
 - ⑰この機能・サービス提供について公的機関からの金銭的な支援を受けている、あるいは公的な予算で行っている Yes-No

8. 経理・税務や申告書類の作成等の事務代行

- Q 6) この機能・サービスの現状についてお聞きます。Yes-Noの該当する方に○をしてください。
- ①一度サービスを利用したSOHO事業者は、その後も繰り返して利用する Yes-No
 - ②SOHO事業者が本来業務に専念できる事を、適切な価格でサポートできている Yes-No
 - ③この機能・サービスはこの機能・サービスに満足している Yes-No
 - ④この機能・サービスの提供は、採算ベースにのっている Yes-No
 - ⑤この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的としてはいない Yes-No
 - ⑥この機能・サービスは、今後も継続していく予定である Yes-No
 - ⑦この機能・サービスの利用者は増加傾向にある Yes-No
 - ⑧経理・税務面や申告書類作成等の専門的なプロのスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている Yes-No
 - ⑨この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている Yes-No
 - ⑩関連する講習会（セミナー）や相談会等を定期的にSOHO事業者向けに開催している Yes-No
 - ⑪この機能・サービスを利用するSOHO事業者から費用を徴収している Yes-No
 - ⑫費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である Yes-No
 - ⑬ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている Yes-No
 - ⑭新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている Yes-No
 - ⑮公的機関の相談窓口等と連携し、この機能・サービスを提供している Yes-No
 - ⑯この機能・サービス提供について公的機関からの金銭的な支援を受けている、あるいは公的な予算で行っている Yes-No

9. SOHO事業者のトラブル回避や解決の支援（仲裁など）

- Q 6) この機能・サービスの現状についてお聞きます。Yes-Noの該当する方に○をしてください。
- ①この機能・サービスは、継続して提供している Yes-No

- ② SOHO事業者からの案件（トラブル、悪徳業者関連、金銭問題等）はおおむね解決している
Yes-No
- ③ SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している Yes-No
- ④ この機能・サービスの提供は、採算ベースにのっている Yes-No
- ⑤ この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的としてはいない Yes-No
- ⑥ この機能・サービスは、今後も継続していく予定である Yes-No
- ⑦ この機能・サービスの利用者は増加傾向にある Yes-No
- ⑧ 適切なアドバイスや問題解決できるスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている Yes-No
- ⑨ 悪徳業者等に関する情報源を確保している Yes-No
- ⑩ 関連する講習会（セミナー）や相談会等を定期的にSOHO事業者向けに開催している Yes-No
- ⑪ この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている Yes-No
- ⑫ この機能・サービスを利用するSOHO事業者から費用を徴収している Yes-No
- ⑬ 費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である Yes-No
- ⑭ ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている Yes-No
- ⑮ 新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている Yes-No
- ⑯ 公的機関の相談窓口等と連携し、この機能・サービスを提供している Yes-No
- ⑰ この機能・サービス提供について公的機関からの金銭的な支援を受けている、あるいは公的な予算で行っている Yes-No

10. 情報セキュリティ、個人情報保護（プライバシー保護）に関連する情報の提供や指導

- Q6) この機能・サービスの現状についてお聞きします。Yes-Noの該当する方に○をしてください。
- ① この機能・サービスは、継続して、あるいは定期的に提供している。 Yes-No
- ② この機能・サービスを受けているほとんどのSOHO事業者が被害（個人情報漏洩やウィルスによる被害等）を回避できている Yes-No
- ③ SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している Yes-No
- ④ この機能・サービスの提供は、採算ベースにのっている Yes-No
- ⑤ この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的としてはいない Yes-No
- ⑥ この機能・サービスは、今後も継続していく予定である Yes-No
- ⑦ この機能・サービスの利用者は増加傾向にある Yes-No
- ⑧ 情報セキュリティに関する問題を解決できるスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている Yes-No
- ⑨ ウィルス等に関する情報をすばやく流すための情報源を確保している Yes-No
- ⑩ 情報セキュリティに関するセミナーや研修等をよく開催している Yes-No
- ⑪ この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている Yes-No
- ⑫ この機能・サービスを利用するSOHO事業者から費用を徴収している Yes-No
- ⑬ 費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である Yes-No
- ⑭ ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている Yes-No
- ⑮ 新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている Yes-No
- ⑯ 公的機関の相談窓口等と連携し、この機能・サービスを提供している Yes-No
- ⑰ この機能・サービス提供について公的機関からの金銭的な支援を受けている、あるいは公的な予算で行っている Yes-No

11. 旅館やレストランなど福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引など

- Q6) この機能・サービスの現状についてお聞きします。Yes-Noの該当する方に○をしてください。
- ① 一度サービスを利用したSOHO事業者は、その後も繰り返して利用している Yes-No
- ② 雇用者と同等レベルの福利厚生サービスを、SOHO事業者に対して適切な価格で提供できている Yes-No
- ③ 利用者（SOHO事業者等）はこの機能・サービスに満足している Yes-No
- ④ この機能・サービスの提供は、採算ベースにのっている Yes-No
- ⑤ この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的としてはいない Yes-No
- ⑥ この機能・サービスは、今後も継続していく予定である Yes-No
- ⑦ この機能・サービスの利用者は増加傾向にある Yes-No
- ⑧ 福利厚生に関するメニューを提供するためのスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている Yes-No
- ⑨ SOHO事業者向けに優先利用、割引を行う福利厚生サービスの提供会社等を確保している（あるいは提携している） Yes-No
- ⑩ この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている Yes-No
- ⑪ この機能・サービスを利用するSOHO事業者から費用を徴収している Yes-No
- ⑫ 費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である Yes-No

- ⑬ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている Yes-No
- ⑭新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている Yes-No
- ⑮公的機関の相談窓口等と連携し、この機能・サービスを提供している Yes-No
- ⑯この機能・サービス提供について公的機関からの金銭的な支援を受けている、あるいは公的な予算で行っている Yes-No

1 2. SOHO事業者向けの保険紹介や加入の斡旋

- Q 6) この機能・サービスの現状についてお聞きます。Yes-Noの該当する方に○をしてください。
- ①この機能・サービスを、継続して、あるいは定期的に提供している Yes-No
 - ②SOHO事業者にとって必要な保健内容を適切な価格で提供されている Yes-No
 - ③SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している Yes-No
 - ④この機能・サービスの提供は、採算ベースにのっている Yes-No
 - ⑤この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的としてはいない Yes-No
 - ⑥この機能・サービスは、今後も継続していく予定である Yes-No
 - ⑦この機能・サービスの利用者は増加傾向にある Yes-No
 - ⑧保険への加入等に関するスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている Yes-No
 - ⑨SOHO事業者向けに優先利用、割引を行ってくれる福利厚生サービスの提供会社等を確保している（あるいは提携している） Yes-No
 - ⑩この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている Yes-No
 - ⑪この機能・サービスを利用するSOHO事業者から費用を徴収している Yes-No
 - ⑫費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である Yes-No
 - ⑬ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている Yes-No
 - ⑭新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている Yes-No
 - ⑮保険会社を紹介する場合、SOHO事業者の信用が高まるように支援団体としてサポートできる仕組みがある Yes-No
 - ⑯公的機関の相談窓口等と連携し、この機能・サービスを提供している Yes-No
 - ⑰この機能・サービス提供について公的機関からの金銭的な支援を受けている、あるいは公的な予算で行っている Yes-No

1 3. 交流イベントの開催や電子的交流の場の提供

- Q 7) この機能・サービスの現状についてお聞きます。Yes-Noの該当する方に○をしてください。
- ①一度サービスを利用したSOHO事業者は、その後も繰り返して利用する Yes-No
 - ②この機能・サービスを通じてSOHO事業者の人脈が拡大し、ビジネスの拡大や改善に結びつくことがよくある Yes-No
 - ③SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している Yes-No
 - ④この機能・サービスの提供は、採算ベースにのっている Yes-No
 - ⑤この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的としてはいない Yes-No
 - ⑥この機能・サービスは、今後も継続していく予定である Yes-No
 - ⑦この機能・サービスの利用者は増加傾向にある Yes-No
 - ⑧交流イベントや電子的交流の場を運営するスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている Yes-No
 - ⑨ビジネスに結びつけるためプロデューススキルをもったスタッフを置いている Yes-No
 - ⑩この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている Yes-No
 - ⑪この機能・サービスを利用するSOHO事業者から費用を徴収している Yes-No
 - ⑫費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である Yes-No
 - ⑬ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている Yes-No
 - ⑭新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている Yes-No
 - ⑮公的機関の相談窓口等と連携し、この機能・サービスを提供している Yes-No
 - ⑯この機能・サービス提供について公的機関からの金銭的な支援を受けている、あるいは公的な予算で行っている Yes-No
 - ⑰発注者に対しては、SOHO事業者の信用を保証している Yes-No
 - ⑱発注者に対してはトラブルが起きた時や契約違反時などに損害を賠償する仕組みを有している Yes-No
 - ⑲発注者とSOHO事業者との間での信頼関係が十分にとれるようにしている Yes-No

1 4. オフィススペース（インキュベーションブース等）の提供

- Q 6) この機能・サービスの現状についてお聞きます。Yes-Noの該当する方に○をしてください。
- ①オフィススペースは、ほぼ満室である Yes-No
 - ②この機能・サービスを通じてSOHO事業者の人脈が拡大し、ビジネスの拡大や改善に結びつ

くことがよくある	Yes-No
③ SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している	Yes-No
④ この機能・サービスの提供は、採算ベースにのっている	Yes-No
⑤ この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的としてはいない	Yes-No
⑥ この機能・サービスは、今後も継続していく予定である	Yes-No
⑦ この機能・サービスの利用者は増加傾向にある	Yes-No
⑧ オフィススペースの面積は増えてきている、あるいは増やす予定である	Yes-No
⑨ オフィススペース（インキュベーションブース等）を運営するスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている	Yes-No
⑩ 入居しているSOHO事業者のビジネスを拡大するためのプロデューススキルをもったスタッフがいる	Yes-No
⑪ この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている	Yes-No
⑫ 賃料は一般的な市場価格よりも安くしている	Yes-No
⑬ スペースの賃料とは別に、SOHO事業者向けのインキュベーションサービスに対する費用を徴収している	Yes-No
⑭ 費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である	Yes-No
⑮ ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている	Yes-No
⑯ 新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている	Yes-No
⑰ 公的機関の相談窓口等と連携し、この機能・サービスを提供している	Yes-No
⑱ この機能・サービス提供について公的機関からの金銭的な支援を受けている、あるいは公的な予算で行っている	Yes-No

15. その他

Q6) この機能・サービスの現状についてお聞きます。Yes-Noの該当する方に○をしてください

① この機能・サービスを、継続して、あるいは定期的に提供している	Yes-No
② このサービスの質は高く、SOHO事業者はこのサービスで十分なメリットを享受できている	Yes-No
③ SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している	Yes-No
④ この機能・サービスの提供は、採算ベースにのっている	Yes-No
⑤ この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的としてはいない	Yes-No
⑥ この機能・サービスは、今後も継続していく予定である	Yes-No
⑦ この機能・サービスの利用者は増加傾向にある	Yes-No
⑧ このサービスを提供する事に関するスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている	Yes-No
⑨ この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている	Yes-No
⑩ この機能・サービスを利用するSOHO事業者から費用を徴収している	Yes-No
⑪ 費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である	Yes-No
⑫ ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている	Yes-No
⑬ 新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている	Yes-No
⑭ 公的機関の相談窓口等と連携し、この機能・サービスを提供している	Yes-No
⑮ この機能・サービス提供について公的機関からの金銭的な支援を受けている、あるいは公的な予算で行っている	Yes-No

質問4 支援している機能・サービスによる売上高は売上高全体の何割を占めますか。

1. 9割以上 2. 7割以上 3. 5割以上 4. 3割以上 5. 1割以上 6. 1割未満

質問5 今後、さらに力を入れて行きたい機能・サービスや、新たに始めたい機能・サービスを選択してください（複数回答可）。

1. SOHO事業者への仕事の紹介・斡旋（マッチングサイトの提供も含む）
2. 仕事の条件についての代理交渉や契約サポート
3. SOHO事業者向けの仕事の受注とSOHO事業者への仕事の発注
4. SOHO事業者に対しての納期・スケジュール管理や業務の品質管理
5. SOHO事業者向けの研修やセミナー等の実施
6. 相談やコンサルティング等の実施
7. 金融機関の紹介等ファイナンス面での支援
8. 経理・税務や申告書類の作成等の事務代行
9. SOHO事業者のトラブル回避や解決の支援（仲裁など）
10. 情報セキュリティ、個人情報保護（プライバシー保護）に関連する情報の提供や指導
11. 旅館やレストランなど福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引など
12. SOHO事業者向けの保険紹介や加入の斡旋

- 13. 交流イベントの開催や電子的交流の場の提供
- 14. オフィススペース（インキュベーションブース等）の提供
- 15. その他→（ ）

アンケートへのご回答ありがとうございました。

2-2. SOHO事業者向け調査票

1. 基本的属性について

質問1 あなた、あるいは貴団体・企業の基本属性（概要）について伺います。

- ①名称 _____
- ②eメールアドレス _____
- ③電話番号 _____
- ④担当記入者名 _____
- ⑤所在地 ブルダウンで都道府県を選択
- ⑥社員数（メンバー数）
 - 1. 1人 2. 2～4人 3. 5～9人
- ⑦年間売上高
 - 1. 100万円未満 2. 100～300万円未満 3. 300～500万円未満
 - 4. 500～1000万円未満 5. 1000～5000万円未満 6. 5000万円～1億円未満
 - 7. 1億円～5億円未満 8. 5億円以上
- ⑧設立年（SOHO事業者として事業を始めた年）
 - 1. 1995（平成7）年以前
 - 2. 1996（平成8）年～2000（平成12）年
 - 3. 2001（平成13）年～2003（平成15）年
 - 4. 2004（平成16）年以後
- ⑨組織形態
 - 1. 個人
 - 2. 企業法人（株式会社や有限会社など）
 - 3. NPO法人（特定非営利活動法人）
 - 4. 法人格を持たないグループ（任意団体）
 - 5. その他 [_____]
- ⑩業種、活動分野等
 主な活動分野を選択してください。（3つまで複数選択可）
 - 1. 情報システム・ソフト開発 2. 通信・ネットワーク
 - 3. ホームページの企画・制作、運用・メンテナンス
 - 4. データ入力、DTP 5. ライティング、編集、出版、翻訳
 - 6. デザイン、設計、各種クリエイティブ 7. 企画、開発、コンサルティング
 - 8. 営業支援・販売促進、各種代理店 9. 広報宣伝、マーケティング、市場調査
 - 10. パソコン等の各種研修提供 11. 経理、労務、法務サービス
 - 12. 総務、人事、人材教育サービス 13. 施設の管理運営
 - 14. 商品の製造・輸入、販売 15. 福祉関連サービス 16. コールセンターサービス
 - 17. その他 [具体的に _____]

2. SOHO事業の概要とSOHO支援団体の利用状況について

質問2 SOHO事業者としてのタイプを選択してください。

- 1. 専業のSOHO事業者（SOHO事業のみで生計を立てている）で、事業拡大を志向している
- 2. 専業のSOHO事業者（SOHO事業のみで生計を立てている）で、とくに事業拡大を考えていない
- 3. 兼業のSOHO事業者で、事業拡大を志向している
- 4. 兼業のSOHO事業者で、とくに事業拡大を考えていない
- 5. わからない

質問3 次のようなカテゴリにあてはまりますか（複数選択可）。

1. 専門性の高い技量を有したSOHO事業者
2. 中高年・シニアSOHO事業者
3. 主婦SOHO（在宅ワーカー）事業者
4. 雇用者（サラリーマン等）の副業SOHO事業者
5. 障害者のSOHO事業者
6. 上記にはない、あるいはわからない

質問4 SOHO事業者としての仕事はどのように受注していますか。主な受注方法を3つあげてください。

1. SOHO支援団体から
2. SOHO事業者になる以前の取引先から
3. SOHO事業者になる以前の勤務先から
4. SOHO事業者同士のネットワークから
5. 友人、知人から
6. インターネット上でビジネスマッチングした発注者から
7. 対面による交流会で知り合った発注者から
8. 販売等の仕事を中心なので、受注する仕事はない
9. その他〔具体的に_____〕

質問5 SOHO支援団体を利用していない方にお聞きします。

1. 今後利用する可能性がある →付問1にお進みください
2. 今後も利用しない →付問2にお進みください
3. わからない

付問1 何があれば利用するようになりますか（主要な項目を3つまで選択）

1. 仕事の紹介・斡旋をうけること（マッチングサイトの提供も含む）
2. 仕事の条件についての代理交渉や契約面でのサポートをしてもらうこと
3. SOHO支援団体から仕事の発注をうけること（仕事の受注）
4. 納期・スケジュール管理や業務の品質管理をうけること
5. SOHO支援団体が提供する研修やセミナー等に参加すること
6. 相談やコンサルテーション等をしてもらうこと
7. 金融機関の紹介等ファイナンス面での支援をしてもらうこと
8. 経理・税務や申告書類の作成等の事務代行をしてもらうこと
9. トラブル回避や解決の支援（仲裁など）をしてもらうこと
10. 情報セキュリティ、個人情報保護（プライバシー保護）に関連する情報の提供や指導
11. 旅館やレストランなど福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引などをしてもらうこと
12. 保険紹介や加入の斡旋をしてもらうこと
13. 交流イベントの開催や電子的交流の場の提供をうけること
14. オフィススペース（インキュベーションブース等）の提供をうけること
15. その他→（ ）

付問2 利用しない理由は何ですか（主要な理由を3つまで選択）

1. SOHO支援団体の存在を知らないから
2. 近くにSOHO支援団体がないから
3. 利用しても仕事が増えるとは思わないから
4. 仕事をこれ以上増やす必要はないから
5. 下請けとして安く使われてしまうから
6. 仕事の条件交渉やスケジュール管理などは自らできるから
7. 現在の状況で満足しておりSOHO支援団体を利用するニーズがないから
8. 利用したいニーズはあるが、提供されているサービスの質が良くないから
9. サービスをうけるための費用が高いから
10. その他→（ ）

以下の質問6からは、SOHO支援団体を利用している方への質問となります。利用していない方への質問はこれで終了です。お手数ですが次の質問にチェックしてください。

SOHO支援団体から何なりかのサービスを受けていますか

受けていない →これで質問は終了です

何なりかのサービスを受けている

質問6 SOHO支援団体を何年から利用していますか。

1. 1995（平成7）年以前
2. 1996（平成8）年～2000（平成12）年
3. 2001（平成13）年～2003（平成15）年
4. 2004（平成16）年以後

質問7 利用しているSOHO支援団体の組織形態をすべて選択してください。

1. 自治体
2. 公益法人
3. NPO 法人
4. 企業法人
5. 法人格を持たないグループ
6. 個人
7. 商工会議所、商工会

3. SOHO支援団体が提供する機能、サービスの利用について

質問8 SOHO支援団体が提供するどのような機能・サービスを利用していますか？ 該当するものにチェックしてください（複数回答可）。

1. 仕事の紹介・斡旋をうけること（マッチングサイトの提供も含む）
2. 仕事の条件についての代理交渉や契約面でのサポートをしてもらうこと
3. SOHO支援団体から仕事の発注をうけること（仕事の受注）
4. 納期・スケジュール管理や業務の品質管理をうけること
5. SOHO支援団体が提供する研修やセミナー等に参加すること
6. 相談やコンサルテーション等をしてもらうこと
7. 金融機関の紹介等ファイナンス面での支援をしてもらうこと
8. 経理・税務や申告書類の作成等の事務代行をしてもらうこと
9. トラブル回避や解決の支援（仲裁など）をしてもらうこと
10. 情報セキュリティ、個人情報保護（プライバシー保護）に関連する情報の提供や指導
11. 旅館やレストランなど福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引などをしてもらうこと
12. 保険紹介や加入の斡旋をしてもらうこと
13. 交流イベントの開催や電子的交流の場の提供をうけること
14. オフィススペース（インキュベーションブース等）の提供をうけること
15. その他→（ ）

また重点的に利用しているものは何ですか。1、2、3位をお答えください。

1. 仕事の紹介・斡旋をうけること（マッチングサイトの提供も含む）
2. 仕事の条件についての代理交渉や契約面でのサポートをしてもらうこと
3. SOHO支援団体から仕事の発注をうけること（仕事の受注）
4. 納期・スケジュール管理や業務の品質管理をうけること
5. SOHO支援団体が提供する研修やセミナー等に参加すること
6. 相談やコンサルテーション等をしてもらうこと
7. 金融機関の紹介等ファイナンス面での支援をしてもらうこと
8. 経理・税務や申告書類の作成等の事務代行をしてもらうこと
9. トラブル回避や解決の支援（仲裁など）をしてもらうこと
10. 情報セキュリティ、個人情報保護（プライバシー保護）に関連する情報の提供や指導
11. 旅館やレストランなど福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引などをしてもらうこと
12. 保険紹介や加入の斡旋をしてもらうこと
13. 交流イベントの開催や電子的交流の場の提供をうけること
14. オフィススペース（インキュベーションブース等）の提供をうけること
15. その他

質問9 質問8で選択した各機能・サービスについて具体的に伺います。各質問に「Yes-No」でお答えください。

1. 仕事の紹介・斡旋をうけること（マッチングサイトの提供も含む）

- | | |
|--|--------|
| ①紹介・斡旋される仕事量は十分である | Yes-No |
| ②紹介・斡旋される仕事が多岐にわたるので収入が安定しない | Yes-No |
| ③この機能・サービスから紹介・斡旋される仕事で、生計が成り立っている | Yes-No |
| ④紹介・斡旋される仕事の内容は、自分が望んでいるものである | Yes-No |
| ⑤この機能・サービスから得られている報酬額は妥当なものである | Yes-No |
| ⑥登録料やマッチングの費用は適切であると思っている | Yes-No |
| ⑦この機能・サービスは、利用価値があるので今後も利用し続けたい | Yes-No |
| ⑧この機能・サービスにとても満足している | Yes-No |
| ⑨SOHO支援団体のスタッフの対応が不誠実だと感じる人が多い | Yes-No |
| ⑩この機能・サービスが行われている事は容易に知ることができた | Yes-No |
| ⑪仕事を紹介・斡旋するSOHO支援団体が、業務契約の当事者ではないが債務保証者になってくれる | Yes-No |
| ⑫SOHO支援団体は、仕事の成果に瑕疵があった場合や納期が遅れた場合、SOHO事業者と責任分担して処理してくれる | Yes-No |
| ⑬一度きりの受注で次につながらないことが多い | Yes-No |
| ⑭発注者がマッチングサイトを仮見積もりを集めるだけの為に利用している事が多い | Yes-No |
| ⑮この機能・サービスを提供するために十分なスキル・ノウハウが、SOHO支援団体のなかには蓄積されている | Yes-No |

- ⑩ SOHO支援団体は発注者に対して信用保証をしてくれる Yes-No
 ⑪ SOHO支援団体はトラブルが起きた時や契約違反時などに損害を賠償する仕組みを有している Yes-No

2. 仕事の条件についての代理交渉や契約面でのサポートをしてもらうこと

- ①交渉で成立した仕事量は十分である Yes-No
 ②この機能・サービスをたびたび利用する Yes-No
 ③交渉や契約は不慣れな業務なので助かる Yes-No
 ④この機能・サービスは、自分が望んでいるものである Yes-No
 ⑤交渉で成立した業務の報酬額は妥当なものである Yes-No
 ⑥交渉や契約サポートにかかる費用は適切であると思っている Yes-No
 ⑦この機能・サービスは、利用価値があるので今後も利用し続けたい Yes-No
 ⑧この機能・サービスにとくに不満はない Yes-No
 ⑨SOHO支援団体のスタッフの対応が不誠実だと感じることが多い Yes-No
 ⑩この機能・サービスが行われている事は容易に知ることができた Yes-No
 ⑪この機能・サービスを提供するために十分なスキル・ノウハウが、SOHO支援団体のなかには蓄積されている Yes-No

3. SOHO支援団体から仕事の発注をうけること (仕事の受注)

- ①受注する仕事量は十分である Yes-No
 ②受注する仕事が多岐にわたるので収入が安定しない Yes-No
 ③SOHO支援団体から受注する仕事で、生計が成り立っている Yes-No
 ④この機能・サービスは、自分が望んでいるものである Yes-No
 ⑤受注する仕事の報酬額は、自分のスキルに見合っていて妥当なものだと思う Yes-No
 ⑥SOHO支援団体が発注元と契約している受注額は知らされている Yes-No
 ⑦SOHO支援団体が仕事の受発注を通じて得ている利益は妥当なものだと思う Yes-No
 ⑧この機能・サービスは、利用価値があるので今後も利用し続けたい Yes-No
 ⑨この機能・サービスにとくに不満はない Yes-No
 ⑩登録料やマッチングの費用は適切であると思っている Yes-No
 ⑪SOHO支援団体のスタッフの対応が不誠実だと感じる人が多い Yes-No
 ⑫この機能・サービスが行われている事は容易に知ることができた Yes-No
 ⑬SOHO支援団体から受注するときは、必ず契約を取り交わしている Yes-No
 ⑭途中で仕事の内容、仕様が頻繁に変わる事がよくある Yes-No
 ⑮支払いが不履行になったことがある Yes-No
 ⑯営業ノウハウなど、この機能・サービスを提供するために十分なスキル・ノウハウが、SOHO支援団体のなかには蓄積されている Yes-No
 ⑰SOHO支援団体は、業務遂行保証や品質保証などの信用保証を発注者に対してしている Yes-No
 ⑱SOHO支援団体はトラブルが起きた時や契約違反時などに損害を賠償する仕組みを有している Yes-No

4. 納期・スケジュール管理や業務の品質管理をうけること

- ①スケジュールや品質の事で、発注者とトラブルになることはほとんどない Yes-No
 ②SOHO支援団体が納期や品質を管理してくれるので安心して仕事ができる Yes-No
 ③この機能・サービスは、自分が望んでいるものである Yes-No
 ④この機能・サービスにとくに不満はない Yes-No
 ⑤この機能・サービスは、利用価値があるので今後も利用し続けたい Yes-No
 ⑥納品管理や品質管理の費用は適切であると思っている Yes-No
 ⑦この機能・サービスを提供するために十分なスキル・ノウハウが、SOHO支援団体のなかには蓄積されている Yes-No
 ⑧SOHO支援団体のスタッフの対応が不誠実だと感じる人が多い Yes-No
 ⑨この機能・サービスが行われている事は容易に知ることができた Yes-No

5. SOHO支援団体が提供する研修やセミナー等に参加すること

- ①研修やセミナー、eラーニングを継続して、あるいは定期的に受講している Yes-No
 ②この機能・サービスは、自分が望んでいるものである Yes-No
 ③受講後、技術が向上したり、資格取得に大きく役立った Yes-No
 ④研修やセミナー、eラーニングの内容(質・量)は自分のレベルにあっている(あっていた) Yes-No

- ⑤受講費用は適切であると思っている Yes-No
- ⑥この機能・サービスは、利用価値があるので今後も利用し続けたい Yes-No
- ⑦この機能・サービスにとくに不満はない Yes-No
- ⑧SOHO支援団体のスタッフの対応が不誠実だと感じる人が多い Yes-No
- ⑨この機能・サービスが行われている事は容易に知ることができた Yes-No
- ⑩ホームページやメール、パンフレット等で送られてくる研修等に関する情報は役に立っている Yes-No
- ⑪この機能・サービスを提供するために十分なスキル・ノウハウが、SOHO支援団体のなかには蓄積されている Yes-No

6. 相談やコンサルテーション等をしてもらうこと

- ①この機能・サービスを継続して、あるいは定期的に利用している Yes-No
- ②この機能・サービスは、自分が望んでいるものである Yes-No
- ③相談したりコンサルテーションを受けた案件はほぼ解決した Yes-No
- ④相談やコンサルテーションの費用は適切であると思っている Yes-No
- ⑤この機能・サービスは、利用価値があるので今後も利用し続けたい Yes-No
- ⑥この機能・サービスにとくに不満はない Yes-No
- ⑦SOHO支援団体のスタッフの対応が不誠実だと感じる人が多い Yes-No
- ⑧この機能・サービスが行われている事は容易に知ることができた Yes-No
- ⑨ホームページやメール、パンフレット等で送られてくる情報は役に立っている Yes-No
- ⑩この機能・サービスを提供するために十分なスキル・ノウハウが、SOHO支援団体のなかには蓄積されている Yes-No

7. 金融機関の紹介等ファイナンス面での支援をしてもらうこと

- ①この機能・サービスを継続して、あるいは定期的に利用している Yes-No
- ②この機能・サービスを利用し希望した額の融資や助成金を受けている Yes-No
- ③この機能・サービスは、自分が望んでいるものである Yes-No
- ④この機能・サービスは、利用価値があるので今後も利用し続けたい Yes-No
- ⑤金融機関への与信が役立ち助かった Yes-No
- ⑥この機能・サービスの費用は適切であると思っている Yes-No
- ⑦この機能・サービスにとくに不満はない Yes-No
- ⑩SOHO支援団体のスタッフの対応が不誠実だと感じる人が多い Yes-No
- ⑪この機能・サービスが行われている事は容易に知ることができた Yes-No
- ⑫ホームページやメール、パンフレットで送られてくる関連情報は役に立っている Yes-No
- ⑬この機能・サービスを提供するために十分なスキル・ノウハウが、SOHO支援団体のなかには蓄積されている Yes-No

8. 経理・税務や申告書類の作成等の事務代行をしてもらうこと

- ①この機能・サービスを継続して、あるいは定期的に利用している Yes-No
- ②この機能・サービスは、自分が望んでいるものである Yes-No
- ③専門家に依頼することで、信頼感に基づいた安心感を持てる Yes-No
- ④この機能・サービスの費用は適切であると思っている Yes-No
- ⑤この機能・サービスは、利用価値があるので今後も利用し続けたい Yes-No
- ⑥この機能・サービスにとくに不満はない Yes-No
- ⑦SOHO支援団体のスタッフの対応が不誠実だと感じる人が多い Yes-No
- ⑧この機能・サービスが行われている事は容易に知ることができた Yes-No
- ⑨ホームページやメール、パンフレットで送られてくる助成金制度や融資制度に関する情報は役に立っている Yes-No
- ⑩この機能・サービスを提供するために十分なスキル・ノウハウが、SOHO支援団体のなかには蓄積されている Yes-No

9. トラブル回避や解決の支援（仲裁など）をしてもらうこと

- ①この機能・サービスを継続して、あるいは定期的に利用している Yes-No
- ②この機能・サービスは、自分が望んでいるものである Yes-No
- ③トラブルや金銭問題が発生したとき第三者による支援は助かった Yes-No
- ④悪徳業者の情報を事前に聞き、トラブルを回避できた Yes-No
- ⑤この機能・サービスの費用は適切であると思っている Yes-No
- ⑥この機能・サービスは、利用価値があるので今後も利用し続けたい Yes-No
- ⑦この機能・サービスにとくに不満はない Yes-No

- ⑧ SOHO支援団体のスタッフの対応が不誠実だと感じる人が多い Yes-No
- ⑨ この機能・サービスが行われている事は容易に知ることができた Yes-No
- ⑩ ホームページやメール、パンフレットで送られてくるトラブル回避、悪徳業者に関する情報は役に立っている Yes-No
- ⑪ この機能・サービスを提供するために十分なスキル・ノウハウが、SOHO支援団体のなかには蓄積されている Yes-No

10. 情報セキュリティ、個人情報保護（プライバシー保護）に関連する情報の提供や指導

- ① この機能・サービスを継続して、あるいは定期的に利用している Yes-No
- ② この機能・サービスは、自分が望んでいるものである Yes-No
- ③ 個人情報漏洩やウィルスによる被害が発生したときすばやい対応を受け助かった Yes-No
- ④ ウィルス情報を事前に聞き、トラブルを回避できた Yes-No
- ⑤ この機能・サービスの費用は適切であると思っている Yes-No
- ⑥ この機能・サービスは、利用価値があるので今後も利用し続けたい Yes-No
- ⑦ この機能・サービスにとくに不満はない Yes-No
- ⑧ SOHO支援団体のスタッフの対応が不誠実だと感じる人が多い Yes-No
- ⑨ この機能・サービスが行われている事は容易に知ることができた Yes-No
- ⑩ ホームページやメール、パンフレットで送られてくる情報セキュリティに関する情報は役に立っている Yes-No
- ⑪ この機能・サービスを提供するために十分なスキル・ノウハウが、SOHO支援団体のなかには蓄積されている Yes-No

11. 旅館やレストランなど福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引などをしてもらうこと

- ① この機能・サービスを継続して、あるいは定期的に利用している Yes-No
- ② この機能・サービスは、自分が望んでいるものである Yes-No
- ③ 提供されている割引などのサービスは重宝している Yes-No
- ④ この機能・サービスの費用は適切であると思っている Yes-No
- ⑤ この機能・サービスは、利用価値があるので今後も利用し続けたい Yes-No
- ⑥ この機能・サービスにとくに不満はない Yes-No
- ⑦ SOHO支援団体のスタッフの対応が不誠実だと感じる人が多い Yes-No
- ⑧ この機能・サービスが行われている事は容易に知ることができた Yes-No
- ⑨ ホームページやメール、パンフレットで送られてくる福利厚生に関する情報は役に立っている Yes-No
- ⑩ この機能・サービスを提供するために十分なスキル・ノウハウが、SOHO支援団体のなかには蓄積されている Yes-No

12. 保険紹介や加入の斡旋をしてもらうこと

- ① この機能・サービスを通じて保険に入っている Yes-No
- ② この機能・サービスは、自分が望んでいるものである Yes-No
- ③ 保険に入ったことで、緊急時（入院、パソコン破損、失業状態）に助かったり安心感が得られている Yes-No
- ④ この機能・サービスの費用は、適切であると思っている Yes-No
- ⑤ この機能・サービスは、利用価値があるので今後も利用し続けたい Yes-No
- ⑥ この機能・サービスにとくに不満はない Yes-No
- ⑦ SOHO支援団体のスタッフの対応が不誠実だと感じる人が多い Yes-No
- ⑧ この機能・サービスが行われている事は容易に知ることができた Yes-No
- ⑨ ホームページやメール、パンフレットで送られてくる保険に関する情報は役に立っている Yes-No
- ⑩ この機能・サービスを提供するために十分なスキル・ノウハウが、SOHO支援団体のなかには蓄積されている Yes-No

13. 交流イベントの開催や電子的交流の場の提供をうけること

- ① この機能・サービスを定期的に、あるいは継続して利用している Yes-No
- ② この機能・サービスをきっかけにSOHO事業者の人脈が増えている Yes-No
- ③ この機能・サービスは、自分が望んでいるものである Yes-No
- ④ この機能・サービスを通じた出会いが、ビジネスの拡大や改善に結びついている Yes-No
- ⑤ 参加費などの費用は適切であると思っている Yes-No
- ⑥ この機能・サービスは、利用価値があるので今後も利用し続けたい Yes-No
- ⑦ この機能・サービスにとくに不満はない Yes-No

- ⑧ SOHO支援団体のスタッフの対応が不誠実だと感じる事が多い Yes-No
- ⑨ この機能・サービスが行われている事は容易に知ることができた Yes-No
- ⑩ ホームページやメール、パンフレットで送られてくる交流イベント等に関する情報は役に立っている Yes-No
- ⑪ この機能・サービスを提供するために十分なスキル・ノウハウが、SOHO支援団体のなかには蓄積されている Yes-No

14. オフィススペース（インキュベーションブース等）の提供をうけること

- ① オフィススペースを継続して利用している Yes-No
- ② オフィスへの入居をきっかけにSOHO事業者の人脈が増えている Yes-No
- ③ この機能・サービスは、自分が望んでいるものである Yes-No
- ④ この機能・サービスを通じた出会いが、ビジネスの拡大や改善に結びついている Yes-No
- ⑤ オフィスが提供する支援メニューが業務遂行に役立っている Yes-No
- ⑥ オフィスへの入居費用などは適切であると思っている Yes-No
- ⑦ この機能・サービスは、利用価値があるので今後も利用し続けたい Yes-No
- ⑧ この機能・サービスにとくに不満はない Yes-No
- ⑨ SOHO支援団体のスタッフの対応が不誠実だと感じる事が多い Yes-No
- ⑩ この機能・サービスが行われている事は容易に知ることができた Yes-No
- ⑪ この機能・サービスを提供するために十分なスキル・ノウハウが、SOHO支援団体のなかには蓄積されている Yes-No

15. その他

- ① この機能・サービスによってSOHO事業者としてのメリットをうけた Yes-No
- ② この機能・サービスは、自分が望んでいるものである Yes-No
- ③ この機能・サービスは、費用は適切であると思っている Yes-No
- ④ この機能・サービスは、利用価値があるので今後も利用し続けたい Yes-No
- ⑤ この機能・サービスにとくに不満はない Yes-No
- ⑥ SOHO支援団体のスタッフの対応が不誠実だと感じる事が多い Yes-No
- ⑦ この機能・サービスが行われている事は容易に知ることができた Yes-No
- ⑧ ホームページやメール、パンフレットで送られてくる保険に関する情報は役に立っている Yes-No
- ⑨ この機能・サービスを提供するために十分なスキル・ノウハウが、SOHO支援団体のなかには蓄積されている Yes-No

質問10 今後、新たに利用していきたい（あるいは、実施してほしい）機能・サービスを選択してください（複数回答可）。

1. 仕事の紹介・斡旋をうけること（マッチングサイトの提供も含む）
2. 仕事の条件についての代理交渉や契約面でのサポートをしてもらうこと
3. SOHO支援団体から仕事の発注をうけること（仕事の受注）
4. 納期・スケジュール管理や業務の品質管理をうけること
5. SOHO支援団体が提供する研修やセミナー等に参加すること
6. 相談やコンサルティング等をしてもらうこと
7. 金融機関の紹介等ファイナンス面での支援をしてもらうこと
8. 経理・税務や申告書類の作成等の事務代行をしてもらうこと
9. トラブル回避や解決の支援（仲裁など）をしてもらうこと
10. 情報セキュリティ、個人情報保護（プライバシー保護）に関連する情報の提供や指導
11. 旅館やレストランなど福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引などをしてもらうこと
12. 保険紹介や加入の斡旋をしてもらうこと
13. 交流イベントの開催や電子的交流の場の提供をうけること
14. オフィススペース（インキュベーションブース等）の提供をうけること
15. その他→（ ）

アンケートへのご回答ありがとうございました。

2-3. 自治体向け調査票

1. 基本的属性

質問1 貴自治体の概要について伺います。

- ①自治体の名称 _____ 都/道/府/県/市/区/町/村
②所在地住所 (都道府県までご回答ください _____)
③SOHO事業者に関連する事業(施策)の担当部署についてうかがいます。
(特に担当部署のない自治体については、本アンケートにお答えいただいた方をご記入下さい。)
次の該当する番号に○をつけ、下の名称やメールアドレス等をご記入ください。

1. SOHO事業担当部署 2. アンケート回答部署

- ・担当部署の名称 _____
- ・担当部署のeメールアドレス _____
- ・電話番号 _____
- ・担当記入者名 _____

2. SOHO事業者の支援内容について

質問2-1 現時点でSOHO事業者に提供している機能・サービスを選択してください。該当するすべての番号に○をしてください。(複数選択可) また「その他」を選択した場合は、内容をご記入ください。「現在、支援サービスは行っていない」場合は、16. に○をしてください。

1. SOHO事業者への仕事の紹介・斡旋(マッチングサイトの提供も含む)
2. 仕事の条件についての代理交渉や契約サポート
3. SOHO事業者への仕事の発注
4. SOHO事業者に対しての納期・スケジュール管理や業務の品質管理
5. SOHO事業者向けの研修やセミナー等の実施
6. 相談やコンサルテーション等の実施
7. 金融機関の紹介等ファイナンス面での支援
8. 経理・税務や申告書類の作成等の事務代行
9. SOHO事業者のトラブル回避や解決の支援(仲裁など)
10. 情報セキュリティ、個人情報保護(プライバシー保護)に関連する情報の提供や指導
11. 旅館やレストランなど福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引など
12. SOHO事業者向けの保険紹介や加入の斡旋
13. 交流イベントの開催や電子的交流の場の提供
14. オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供
15. その他→ ()
16. 現在サービスは行っていない

質問2-2 また重点的に提供しているものは何ですか。1、2、3位をお答えください。番号の前の()内にご記入ください。「現在、支援サービスは行っていない」場合は、16. に○をしてください。

- () 1. SOHO事業者への仕事の紹介・斡旋(マッチングサイトの提供も含む)
- () 2. 仕事の条件についての代理交渉や契約サポート
- () 3. SOHO事業者への仕事の発注
- () 4. SOHO事業者に対しての納期・スケジュール管理や業務の品質管理
- () 5. SOHO事業者向けの研修やセミナー等の実施
- () 6. 相談やコンサルテーション等の実施
- () 7. 金融機関の紹介等ファイナンス面での支援
- () 8. 経理・税務や申告書類の作成等の事務代行
- () 9. SOHO事業者のトラブル回避や解決の支援(仲裁など)
- () 10. 情報セキュリティ、個人情報保護(プライバシー保護)に関連する情報の提供や指導
- () 11. 旅館やレストランなど福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引など
- () 12. SOHO事業者向けの保険紹介や加入の斡旋
- () 13. 交流イベントの開催や電子的交流の場の提供
- () 14. オフィススペース(インキュベーションブース等)の提供
- () 15. その他
- () 16. 現在、支援サービスは行っていない

質問2-1で○をつけて頂いた一つ一つの項目に関して次の質問3で詳しくお聞きします。
なお「支援サービスは行っていない」自治体の方は、質問5にお進みください。

質問3 提供している支援機能・サービス（質問2-1で○をした項目）について、以下の質問にお答えください。

1. SOHO事業者への仕事の紹介・斡旋（マッチング）

Q1) およそ何人のSOHO事業者がこのサービスを利用していますか。該当する番号に○をしてください。

1. 10人未満
2. 10～49人
3. 50～99人
4. 100～499人
5. 500～999人
6. 1000～9999人
7. 1万人以上
8. 不明

Q2) 主にどのようなタイプのSOHO事業者がこのサービスを利用していますか。該当する番号に○をしてください。（複数選択可）

3. 専業のSOHO事業者（SOHO事業のみで生計を立てている層）で、事業拡大を志向している層
4. 専業のSOHO事業者（SOHO事業のみで生計を立てている層）で、とくに事業拡大を考えていない層
3. 兼業のSOHO事業者で、事業拡大を志向している層
4. 兼業のSOHO事業者で、とくに事業拡大を考えていない層
5. 不明

Q3) 次のようなSOHO事業者は、支援の対象としていますか。該当する番号に○をしてください。（複数選択可）

1. 専門性の高い技量を有したSOHO事業者層
2. 中高年・シニアSOHO事業者層
3. 主婦SOHO（在宅ワーカー）事業者層
4. 雇用者（サラリーマン等）の副業SOHO事業者層
5. 障害者のSOHO事業者層
6. 上記にはない、あるいは不明

Q4) 仕事を紹介・斡旋するSOHO事業者の業種（活動分野）を選択してください。該当する番号に○をしてください。（複数回答可）

1. 情報システム・ソフト開発
2. 通信・ネットワーク
3. ホームページの企画・制作、運用・メンテナンス
4. データ入力、DTP
5. ライティング、編集、出版、翻訳
6. デザイン、設計、各種クリエイティブ
7. 企画、開発、コンサルティング
8. 営業支援・販売促進、各種代理店
9. 広報宣伝、マーケティング、市場調査
10. パソコン等の各種研修提供
11. 経理、労務、法務サービス
12. 総務、人事、人材教育サービス
13. 施設の管理運営
14. 商品の製造・輸入、販売
15. 福祉関連サービス
16. コールセンターサービス
17. その他〔具体的に_____〕

Q5) この機能・サービスを提供するにあたっての需給のバランスについてお聞きします。あてはまるものを選択してください。該当する番号に○をしてください。

1. SOHO事業者のニーズの方が大きく、十分な量のサービスを提供できていない
2. サービスは十分提供できているがSOHO事業者のニーズが少ない
3. サービスの提供量とニーズはちょうどバランスがとれている

Q6) この機能・サービスの提供活動は順調ですか。該当する番号に○をしてください。

1. 大変順調である
2. 順調である
3. 順調ではない
4. まったく順調ではない

Q7) この機能・サービスの現状についてお聞きします。Yes-Noの該当する方に○をしてください。

- | | |
|--|--------|
| ①SOHO事業者へ紹介・斡旋する仕事の量は十分にある | Yes-No |
| ②仕事量に見合うSOHO事業者の数を有している | Yes-No |
| ③紹介・斡旋（マッチング）できている仕事の質はSOHO事業者のレベルと合っている | Yes-No |
| ④SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している | Yes-No |
| ⑤発注者はこの機能・サービスに満足している | Yes-No |
| ⑥この機能・サービスは、自治体としての採算ベースにのっている | Yes-No |
| ⑦この機能・サービスは、とくに採算を目的とはしていない | Yes-No |
| ⑧この機能・サービスは、今後も継続していく予定である | Yes-No |
| ⑨この機能・サービスの利用者は増加傾向にある | Yes-No |
| ⑩仕事を紹介・斡旋するためのスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている | Yes-No |
| ⑪紹介・斡旋できる仕事を獲得するための営業体制が組織内にある | Yes-No |

- ⑫この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている Yes-No
- ⑬マッチングサイトの運営が、サービスの中心となっている Yes-No
- ⑭紹介・斡旋が成功したときに、SOHO事業者から費用を徴収している Yes-No
- ⑮費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である Yes-No
- ⑯ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている Yes-No
- ⑰新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている Yes-No
- ⑱仕事を紹介・斡旋した場合、業務契約の当事者ではないが債務保証者になる Yes-No
- ⑲業務契約には関係しないが、仕事の成果に瑕疵があった場合やSOHO事業者側の理由で納期が遅れた場合などSOHO事業者と責任分担して処理する Yes-No
- ⑳発注者に対して、SOHO事業者の信用を保証している Yes-No
- 21 発注者に対しては、トラブルが起きた時や契約違反時などに損害を賠償する仕組みを有している Yes-No
- 22 発注者とSOHO事業者との間での信頼関係が十分にとれている Yes-No

質問3については、Q7を除いて以下の5項目に関して同様。

2. 仕事の条件についての代理交渉や契約サポート、 3. SOHO事業者への仕事の発注、 4. SOHO事業者に対しての納期・スケジュール管理や業務の品質管理、 6. 相談やコンサルテーション等の実施、 13. 交流イベントの開催や電子的交流の場の提供
上記以外の項目については、質問3のなかのQ6の設問がなくなる。

2. 仕事の条件についての代理交渉や契約サポート

- Q7) この機能・サービスの現状についてお聞きします。Yes-Noの該当する方に○をしてください。
- ①一度サービスを利用したSOHO事業者は、その後も繰り返して利用する Yes-No
- ②一度サービスを利用した発注者は、その後も繰り返して利用する Yes-No
- ③交渉や契約にあたっては、発注者もSOHO事業者も共にメリットを得られる Yes-No
- ④SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している Yes-No
- ⑤発注者はこの機能・サービスに満足している Yes-No
- ⑥この機能・サービスの提供は、自治体としての採算ベースにのっている Yes-No
- ⑦この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的とはしていない Yes-No
- ⑧この機能・サービスは、今後も継続していく予定である Yes-No
- ⑨この機能・サービスの利用者（SOHO事業者）は増加傾向にある Yes-No
- ⑩商談成立や発注者とSOHO事業者との契約件数は増加傾向にある Yes-No
- ⑪交渉や契約にあたってのスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている Yes-No
- ⑫この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている Yes-No
- ⑬この機能・サービスを利用するSOHO事業者側から費用を徴収している Yes-No
- ⑭費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である Yes-No
- ⑮ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている Yes-No
- ⑯新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている Yes-No
- ⑰発注者に対して、SOHO事業者の信用保証（業務遂行保証や品質保証など）をしている Yes-No
- ⑱発注者に対しては、トラブルが起きた時や契約違反時などに損害を賠償する仕組みを有している Yes-No
- ⑲発注者とSOHO事業者との間での信頼関係が十分にとれている Yes-No

3. SOHO事業者への仕事の発注

- Q7) この機能・サービスの現状についてお聞きします。Yes-Noの該当する方に○をしてください。
- ①SOHO事業者へ発注する仕事の量は十分にある Yes-No
- ②発注する仕事の質はSOHO事業者のレベルと合っている Yes-No
- ③SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している Yes-No
- ④自治体はSOHO事業者に発注することでメリットを得ている Yes-No
- ⑤この機能・サービスの提供は、自治体としての採算ベースにのっている Yes-No
- ⑥この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的とはしていない Yes-No
- ⑦SOHO事業者への仕事発注は、今後も継続していく予定である Yes-No
- ⑧発注する仕事の量は増加傾向にある Yes-No
- ⑨SOHO事業者への仕事を各部署から出してもらおうようにするための方法が組織内に蓄積されている Yes-No
- ⑩仕事をSOHO事業者に発注し、管理するスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている Yes-No

- ⑪この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている Yes-No
- ⑫自治体の首長がSOHO事業者への発注に対しての熱心である Yes-No
- ⑬質の高いスキルを有したSOHO事業者をネットワークしている Yes-No
- ⑭SOHO事業者を研修してスキルを向上させる仕組みを有している Yes-No
- ⑮SOHO事業者への発注に関しての単価や報酬については、見直す予定である Yes-No
- ⑯ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている Yes-No
- ⑰新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている Yes-No
- ⑱仕事を発注するSOHO事業者とは業務契約を必ず交わしている Yes-No
- ⑲発注者に対して、SOHO事業者の信用保証（業務遂行保証や品質保証など）をしている Yes-No
- ⑳発注者に対しては、トラブルが起きた時や契約違反時などに損害を賠償する仕組みを有している Yes-No
- ㉑発注者とSOHO事業者との間での信頼関係が十分にとれている Yes-No

4. SOHO事業者に対しての納期・スケジュール管理や業務の品質管理

Q7) この機能・サービスの現状についてお聞きます。Yes-Noの該当する方に○をしてください。

- ①納期や品質を管理することで、発注者とのトラブルは回避できている Yes-No
- ②発注者が要求している品質を確保して提供できている Yes-No
- ③SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している Yes-No
- ④発注者（自治体内の各担当部署）はこの機能・サービスに満足している Yes-No
- ⑤この機能・サービスの提供は、自治体としての採算ベースにのっている Yes-No
- ⑥この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的とはしていない Yes-No
- ⑦発注した業務における納期管理や品質管理は、今後も継続していく予定である Yes-No
- ⑧適切な管理を行えるスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている Yes-No
- ⑨管理を行うための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている Yes-No
- ⑩仕事の成果に瑕疵があった場合やSOHO事業者側の理由で納期が遅れた場合などSOHO事業者と責任分担して処理する Yes-No
- ⑪納期が遅れそうな場合には、他のSOHO事業者に依頼したり自ら行うなどして、納期内に収まるようにできる Yes-No
- ⑫発注者に対して、SOHO事業者の信用保証（業務遂行保証や品質保証など）をしている Yes-No
- ⑬発注者に対しては、トラブルが起きた時や契約違反時などに損害を賠償する仕組みを有している Yes-No
- ⑭発注者とSOHO事業者との間での信頼関係が十分にとれている Yes-No

5. SOHO事業者向けの研修やセミナー、eラーニング等の実施

Q6) この機能・サービスの現状についてお聞きます。Yes-Noの該当する方に○をしてください。

- ①この機能・サービスは、継続して、あるいは定期的に提供している Yes-No
- ②研修の目的（例えば受講者の資格取得）がほとんどの場合、達成できている Yes-No
- ③SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している Yes-No
- ④この機能・サービスの提供は、自治体としての採算ベースにのっている Yes-No
- ⑤この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的とはしていない Yes-No
- ⑥この機能・サービスは、今後も継続していく予定である Yes-No
- ⑦この機能・サービスの利用者は増加傾向にある Yes-No
- ⑧適切な講師を確保したりコンテンツを作成できるスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている Yes-No
- ⑨受講者を集めるスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている Yes-No
- ⑩研修や講演会等の後には、相談会や懇親会をよく開催している Yes-No
- ⑪受講者を層別（専業SOHOや副業主婦、身障者など）に絞りコンテンツを提供している Yes-No
- ⑫この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている Yes-No
- ⑬eラーニングの提供が、サービスの中心となっている Yes-No
- ⑭この機能・サービスを利用するSOHO事業者から費用を徴収している Yes-No
- ⑮費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である Yes-No
- ⑯ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている Yes-No
- ⑰新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている Yes-No

6. 相談やコンサルテーション等の実施

Q7) この機能・サービスの現状についてお聞きます。Yes-Noの該当する方に○をしてください。

- ①この機能・サービスは、継続して、あるいは定期的に提供している Yes-No
- ②SOHO事業者から寄せられたほとんどの案件（仕事のやり方、家事・育児との両立、金銭問題、起業等）に適切に対応（相談、解決）できている Yes-No
- ③SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している Yes-No
- ④この機能・サービスの提供は、自治体としての採算ベースにのっている Yes-No
- ⑤この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的としてはいない Yes-No
- ⑥この機能・サービスは、今後も継続していく予定だ Yes-No
- ⑦この機能・サービスの利用者は増加傾向にある Yes-No
- ⑧有能な相談スタッフを確保し、適切なアドバイス、問題解決できるスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている Yes-No
- ⑨関連する講演会やSOHO事業者向け相談会等のイベントをよく開催している Yes-No
- ⑩この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている Yes-No
- ⑪メール等の電子メディアによる相談も受け付けている Yes-No
- ⑫この機能・サービスを利用するSOHO事業者から費用を徴収している Yes-No
- ⑬費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である Yes-No
- ⑭ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている Yes-No
- ⑮新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている Yes-No
- ⑯発注者に対しては、SOHO事業者の信用を保証している Yes-No
- ⑰発注者に対しては、トラブルが起きた時や契約違反時などに損害を賠償する仕組みを有している Yes-No
- ⑱発注者とSOHO事業者との間での信頼関係が十分にとれるようにしている Yes-No

7. 金融機関の紹介などファイナンス面での支援

- Q 6) この機能・サービスの現状についてお聞きします。Yes-Noの該当する方に○をしてください。
- ①この機能・サービスは、継続して、あるいは定期的に提供している Yes-No
 - ②この機能・サービスを利用するSOHO事業者のほとんどは、必要な額の金銭の調達に成功している Yes-No
 - ③SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している Yes-No
 - ④金融機関等、ファイナンスを行う側はこの機能・サービスに満足している Yes-No
 - ⑤この機能・サービスの提供は、自治体としての採算ベースにのっている Yes-No
 - ⑥この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的とはしていない Yes-No
 - ⑦この機能・サービスは、今後も継続していく予定である Yes-No
 - ⑧この機能・サービスの利用者は増加傾向にある Yes-No
 - ⑨SOHO事業者へ紹介できる金融機関等を確保できているなどファイナンス面でSOHO事業者を支援するためのスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている Yes-No
 - ⑩この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている Yes-No
 - ⑪この機能・サービスを利用するSOHO事業者から費用を徴収している Yes-No
 - ⑫費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である Yes-No
 - ⑬ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている Yes-No
 - ⑭新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている Yes-No
 - ⑮金融機関を紹介する場合など、SOHO事業者の信用が高まるように自治体としてサポートできる仕組みがある Yes-No

8. 経理・税務や申告書類の作成等の事務代行

- Q 6) この機能・サービスの現状についてお聞きします。Yes-Noの該当する方に○をしてください。
- ①一度サービスを利用したSOHO事業者は、その後も繰り返して利用する Yes-No
 - ②SOHO事業者が本来業務に専念できる事を、適切な価格でサポートできている Yes-No
 - ③この機能・サービスはこの機能・サービスに満足している Yes-No
 - ④この機能・サービスの提供は、自治体としての採算ベースにのっている Yes-No
 - ⑤この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的としてはいない Yes-No
 - ⑥この機能・サービスは、今後も継続していく予定である Yes-No
 - ⑦この機能・サービスの利用者は増加傾向にある Yes-No
 - ⑧経理・税務面や申告書類作成等の専門的なプロのスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている Yes-No
 - ⑨この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている Yes-No
 - ⑩関連する講習会（セミナー）や相談会等を定期的にSOHO事業者向けに開催している Yes-No
 - ⑪この機能・サービスを利用するSOHO事業者から費用を徴収している Yes-No

- ⑫費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である Yes-No
- ⑬ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている Yes-No
- ⑭新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている Yes-No

9. SOHO事業者のトラブル回避や解決の支援（仲裁など）

Q 6) この機能・サービスの現状についてお聞きします。Yes-Noの該当する方に○をしてください。

- ①この機能・サービスは、継続して提供している Yes-No
- ②SOHO事業者からの案件（トラブル、悪徳業者関連、金銭問題等）はおおむね解決している Yes-No
- ③SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している Yes-No
- ④この機能・サービスの提供は、自治体としての採算ベースにのっている Yes-No
- ⑤この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的としてはいない Yes-No
- ⑥この機能・サービスは、今後も継続していく予定である Yes-No
- ⑦この機能・サービスの利用者は増加傾向にある Yes-No
- ⑧適切なアドバイスや問題解決できるスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている Yes-No
- ⑨悪徳業者等に関する情報源を確保している Yes-No
- ⑩関連する講習会（セミナー）や相談会等を定期的にSOHO事業者向けに開催している Yes-No
- ⑪この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている Yes-No
- ⑫この機能・サービスを利用するSOHO事業者から費用を徴収している Yes-No
- ⑬費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である Yes-No
- ⑭ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている Yes-No
- ⑮新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている Yes-No

10. 情報セキュリティ、個人情報保護（プライバシー保護）に関連する情報の提供や指導

Q 6) この機能・サービスの現状についてお聞きします。Yes-Noの該当する方に○をしてください。

- ①この機能・サービスは、継続して、あるいは定期的に提供している。 Yes-No
- ②この機能・サービスを受けているほとんどのSOHO事業者が被害（個人情報漏洩やウイルスによる被害等）を回避できている Yes-No
- ③SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している Yes-No
- ④この機能・サービスの提供は、自治体としての採算ベースにのっている Yes-No
- ⑤この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的としてはいない Yes-No
- ⑥この機能・サービスは、今後も継続していく予定である Yes-No
- ⑦この機能・サービスの利用者は増加傾向にある Yes-No
- ⑧情報セキュリティに関する問題を解決できるスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている Yes-No
- ⑨ウイルス等に関する情報をすばやく流すための情報源を確保している Yes-No
- ⑩情報セキュリティに関するセミナーや研修等をよく開催している Yes-No
- ⑪この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている Yes-No
- ⑫この機能・サービスを利用するSOHO事業者から費用を徴収している Yes-No
- ⑬費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である Yes-No
- ⑭ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている Yes-No
- ⑮新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている Yes-No

11. 旅館やレストランなど福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引など

Q 6) この機能・サービスの現状についてお聞きします。Yes-Noの該当する方に○をしてください。

- ①一度サービスを利用したSOHO事業者は、その後も繰り返して利用している Yes-No
- ②雇用者と同等レベルの福利厚生サービスを、SOHO事業者に対して適切な価格で提供できている Yes-No
- ③利用者（SOHO事業者等）はこの機能・サービスに満足している Yes-No
- ④この機能・サービスの提供は、自治体としての採算ベースにのっている Yes-No
- ⑤この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的としてはいない Yes-No
- ⑥この機能・サービスは、今後も継続していく予定である Yes-No
- ⑦この機能・サービスの利用者は増加傾向にある Yes-No
- ⑧福利厚生に関するメニューを提供するためのスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている Yes-No
- ⑨SOHO事業者向けに優先利用、割引を行う福利厚生サービスの提供会社等を確保している（あるいは提携している） Yes-No
- ⑩この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている Yes-No
- ⑪この機能・サービスを利用するSOHO事業者から費用を徴収している Yes-No

- ⑫費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である Yes-No
- ⑬ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている Yes-No
- ⑭新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている Yes-No

1 2. SOHO事業者向けの保険紹介や加入の斡旋

- Q 6) この機能・サービスの現状についてお聞きします。Yes-Noの該当する方に○をしてください。
- ①この機能・サービスを、継続して、あるいは定期的に提供している Yes-No
 - ②SOHO事業者にとって必要な保健内容を適切な価格で提供されている Yes-No
 - ③SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している Yes-No
 - ④この機能・サービスの提供は、自治体としての採算ベースにのっている Yes-No
 - ⑤この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的としてはいない Yes-No
 - ⑥この機能・サービスは、今後も継続していく予定である Yes-No
 - ⑦この機能・サービスの利用者は増加傾向にある Yes-No
 - ⑧保険への加入等に関するスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている Yes-No
 - ⑨SOHO事業者向けの保険等を提供してくれる会社等を確保している（あるいは提携している） Yes-No
 - ⑩この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている Yes-No
 - ⑪この機能・サービスを利用するSOHO事業者から費用を徴収している Yes-No
 - ⑫費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である Yes-No
 - ⑬ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている Yes-No
 - ⑭新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている Yes-No
 - ⑮保険会社を紹介する場合、SOHO事業者の信用が高まるように支援団体としてサポートできる仕組みがある Yes-No

1 3. 交流イベントの開催や電子的交流の場の提供

- Q 7) この機能・サービスの現状についてお聞きします。Yes-Noの該当する方に○をしてください。
- ①一度サービスを利用したSOHO事業者は、その後も繰り返して利用する Yes-No
 - ②この機能・サービスを通じてSOHO事業者の人脈が拡大し、ビジネスの拡大や改善に結びつくことがよくある Yes-No
 - ③SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している Yes-No
 - ④この機能・サービスの提供は、自治体としての採算ベースにのっている Yes-No
 - ⑤この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的としてはいない Yes-No
 - ⑥この機能・サービスは、今後も継続していく予定である Yes-No
 - ⑦この機能・サービスの利用者は増加傾向にある Yes-No
 - ⑧交流イベントや電子的交流の場を運営するスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている Yes-No
 - ⑨ビジネスに結びつけるためプロデューススキルをもったスタッフを置いている Yes-No
 - ⑩この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている Yes-No
 - ⑪この機能・サービスを利用するSOHO事業者から費用を徴収している Yes-No
 - ⑫費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である Yes-No
 - ⑬ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている Yes-No
 - ⑭新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている Yes-No
 - ⑮発注者に対しては、SOHO事業者の信用を保証している Yes-No
 - ⑯発注者に対しては、トラブルが起きた時や契約違反時などに損害を賠償する仕組みを有している Yes-No
 - ⑰発注者とSOHO事業者との間での信頼関係が十分にとれるようにしている Yes-No

1 4. オフィススペース（インキュベーションブース等）の提供

- Q 6) この機能・サービスの現状についてお聞きします。Yes-Noの該当する方に○をしてください。
- ①オフィススペースは、ほぼ満室である Yes-No
 - ②この機能・サービスを通じてSOHO事業者の人脈が拡大し、ビジネスの拡大や改善に結びつくことがよくある Yes-No
 - ③SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している Yes-No
 - ④この機能・サービスの提供は、自治体としての採算ベースにのっている Yes-No
 - ⑤この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的としてはいない Yes-No
 - ⑥この機能・サービスは、今後も継続していく予定である Yes-No
 - ⑦この機能・サービスの利用者は増加傾向にある Yes-No
 - ⑧オフィススペースの面積は増えてきている、あるいは増やす予定である Yes-No
 - ⑨オフィススペース（インキュベーションブース等）を運営するスキル・ノウハウが組織内に蓄

積されている	Yes-No
⑩入居しているSOHO事業者のビジネスを拡大するためのプロデューススキルをもったスタッフが	Yes-No
⑪この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている	Yes-No
⑫賃料は一般的な市場価格よりも安くしている	Yes-No
⑬スペースの賃料とは別に、SOHO事業者向けのインキュベーションサービスに対しての費用を徴収している	Yes-No
⑭費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である	Yes-No
⑮ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている	Yes-No
⑯新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている	Yes-No

15. その他

Q6) この機能・サービスの現状についてお聞きします。Yes-Noの該当する方に○をしてください。

①この機能・サービスを、継続して、あるいは定期的に提供している	Yes-No
②このサービスの質は高く、SOHO事業者はこのサービスで十分なメリットを享受できている	Yes-No
③SOHO事業者はこの機能・サービスに満足している	Yes-No
④この機能・サービスの提供は、自治体として採算ベースにのっている	Yes-No
⑤この機能・サービスの提供は、とくに採算を目的としてはいない	Yes-No
⑥この機能・サービスは、今後も継続していく予定である	Yes-No
⑦この機能・サービスの利用者は増加傾向にある	Yes-No
⑧このサービスを提供する事に関するスキル・ノウハウが組織内に蓄積されている	Yes-No
⑨この機能・サービスを提供するための人員（担当スタッフ等）の数が確保できている	Yes-No
⑩この機能・サービスを利用するSOHO事業者から費用を徴収している	Yes-No
⑪費用徴収の仕組み（やその金額）については、見直す予定である	Yes-No
⑫ホームページやメール、パンフレット等による宣伝・PRの効果が現れている	Yes-No
⑬新聞やテレビ等のメディアを効果的に活用できている	Yes-No

質問4 今後、さらに力を入れて行きたい機能・サービスや、新たに始めたい機能・サービスを選択してください（複数回答可）。

1. SOHO事業者への仕事の紹介・斡旋（マッチングサイトの提供も含む）
2. 仕事の条件についての代理交渉や契約サポート
3. SOHO事業者への仕事の発注
4. SOHO事業者に対しての納期・スケジュール管理や業務の品質管理
5. SOHO事業者向けの研修やセミナー等の実施
6. 相談やコンサルティング等の実施
7. 金融機関の紹介等ファイナンス面での支援
8. 経理・税務や申告書類の作成等の事務代行
9. SOHO事業者のトラブル回避や解決の支援（仲裁など）
10. 情報セキュリティ、個人情報保護（プライバシー保護）に関連する情報の提供や指導
11. 旅館やレストランなど福利厚生施設等の紹介や優先利用、割引など
12. SOHO事業者向けの保険紹介や加入の斡旋
13. 交流イベントの開催や電子的交流の場の提供
14. オフィススペース（インキュベーションブース等）の提供
15. その他→（ ）

以下の質問には、すべての方がお答えください。

3. SOHO事業者への発注について

質問5 SOHO事業者やSOHO支援団体への業務発注（アウトソーシング）の今後の予定についてお聞きします。該当するもの1つを選択して○をつけてください。

1. 現在発注を行っているが、今後はさらに発注を増加していく予定である
2. 現在発注を行っているが、今後はほぼ現状維持の予定である
3. 現在発注を行っているが、今後は減少する予定である
4. 現在発注を行っていないが、今後は行っていく予定である
5. 現在発注を行っていないが、今後は行っていく予定はない
6. その他〔具体的に：_____〕

質問6 SOHO事業者やSOHO支援団体への業務発注（アウトソーシング）する場合、今後見込

まれる分野を選択してください。(複数回答可) 該当するものに○をつけてください。

1. 情報システム・ソフト開発
2. 通信・ネットワーク
3. ホームページの企画・制作、運用・メンテナンス
4. データ入力、DTP
5. ライティング、編集、出版、翻訳
6. デザイン、設計、各種クリエイティブ
7. 企画、開発、コンサルティング
8. 営業支援・販売促進、各種代理店
9. 広報宣伝、マーケティング、市場調査
10. パソコン等の各種研修提供
11. 経理、労務、法務サービス
12. 総務、人事、人材教育サービス
13. 施設の管理運営
14. 商品の製造・輸入、販売
15. 福祉関連サービス
16. コールセンターサービス
17. その他 [具体的に_____]

質問7 SOHO事業者やSOHO支援団体への業務発注(アウトソーシング)する場合、以下の要件のうち、どれを重視しますか(3つまで選択可)。該当するものに○をつけてください。

1. 実績
2. 信頼性
3. 品質
4. 専門性
5. 資格の有無
6. 受発注体制
7. 経済的基盤
8. 地元のSOHOか否か
9. その他 [具体的に:_____]

質問8 SOHO事業者やSOHO支援団体への業務発注(アウトソーシング)と関連して、次のような観点を貴自治体では検討していますか。該当するものをすべて選択して○をつけてください。

1. 経費削減
2. 地域の産業起こしや活性化、雇用創出効果
3. 過疎対策
4. 市民(地域住民層)との協働の実績づくり
5. 「指定管理者制度」を用いた施設等の運営委託
6. 市場化テスト
7. その他 [具体的に_____]

質問9 発注先として信頼できるSOHO事業者の情報(一覧表など)は必要ですか。該当するもの1つを選択して○をつけてください。

1. 必要
2. 必要ない

アンケートへのご回答ありがとうございました。