

プロのネットワークで 「広島にあったらいいな」をカタチにする

株式会社 ソアラサービス

広島市中区広瀬北町 3-11
従業員数 8人

独立して起業した人たちのための共同オフィスをつくったのが、ネットワークのはじまりだった。1人ではなかなか切り開けない需要先の開拓のためにS O H Oたちが力を合わせた。その輪が次第に大きくなり、広島にあったらいいなと思える新しいものづくりに力を結集している。ネットワーク代表の牛来千鶴さんに話を聞いた。

■起業家やクリエイター向け共同オフィス

広島市内のJ R横川駅から徒歩8分のところに「ソアラビジネスポート」と呼ばれる共同オフィスがある。ビルの2～4階の計500坪のスペースがそれで、デザイナー、イラストレーター、ライター、プランナー、フリーアナウンサー、システムエンジニア、コンサルタント、社員研修講師、建築士、社会保険労務士、司法書士、行政書士…



牛来千鶴社長

など、クリエイターと呼ばれる個人事業主やグループ51社、102人が入っている。中には完全な個室もあるが、多くは目の高さよりも低いパーティションで区切られた1坪ほどの1人用スペース。入居者の多くはそこにパソコンと携帯電話と書類を持ち込んで、それぞれの仕事をしている。

パソコンとインターネットが普及し、どこにいても仕事ができる環境が、そうした仕事の仕方を普及させた。多くの場合、自宅でもできるのだが、自宅だと自由すぎて自己管理と時間管理が難しい。誰とも口をきかずにひとりパソコンに向かっていると、言いようのない孤独感と不安感にさいなまれる。しかし、ここなら同じように働く仲間がいて、自然に自分の仕事に集中する態勢がつくれるのだ。

ロビーで雑談することもできる。受付係



ソアラビジネスポートの入居者スペース

がいて郵便物を届けてくれ、来客を取り次いでくれる。そのほか、応接室、会議室、セミナールームがあって一定時間内なら無料で使うことも可能だ。1坪のオフィススペースの利用料は、共益費込みで月約3万円。独立起業したばかりの人にはリーズナブルな価格設定である。

■SOHOの交流会を開く

共同オフィスの経営者、牛来千鶴^{こらいちづる}さんは、自身も13年前に企画会社を退職して、販売促進プランナーとして独立起業した人である。もともと専業主婦だったが、主婦業だけでは終わりがたくない、自分でも何かやりたいという思いに突き動かされてフリーマーケットに参加したことがきっかけとなり、それを運営していた企画会社にパートとして就職。やがて正社員となり、販売促進プランナーとしての経験を積んで、1999年自ら独立起業した。

自宅でパソコンを使って自分のネットワークを広げていけば、仕事ができると思っていた。いわゆるSOHO（Small Office／Home Office）と呼ばれる新しい働き方だ

った。しかし、仕事の中に自分を追い込んでいくには、それなりの環境条件が必要になる。同じように働く人たちと直接触れ合い、刺激し合う場がほしい。そのために、あちこちの異業種交流会に顔を出した。しかし、ホテルの豪華な立食パーティーの交流会で名刺を交換しても、それ以上に関係が発展することはめったになく、高い参加料の割に得るものは少なかった。

「そうだ！ それなら私がSOHOのための交流会を開けばいいのだ」と思ったという。「SOHO総研」という有限会社を設立。その代表者となり、SOHOとして仕事をしている10人ほどの仲間に声をかけた。同時に「SOHOの交流会を開催します」と地元の新聞社に発表した。それが記事に取り上げられ、「こんな場がほしかった」「ぜひ参加します」と賛同する電話やFAXが次々入ってきて、結局55人が集まった。2000年12月のことだった。

「広島SOHO'クラブ」と名付けられたこの会は、その後今日まで毎月1回程度、開催し続けている。参加者はこれまでに延



ソアラ交流会

べ6000人に上る。ゲストにボランティアで1時間ほど講演してもらい、その後500円の会費で発泡酒とつまみだけで互いに語り合うという形式である。

7ヵ月後にはSOHOのための共同オフィス事業をはじめた。交流会の会場となった同じビルに30坪のスペースを安価で借り、それを10区画に分け、20万円でコンセントやネット回線を引き、タダでもらってきた中古のデスクと椅子を入れ、パーティションを手づくりし、SOHOの共同オフィスとして貸し出した。1人分のスペースの賃貸料は月額1万5000円、光熱費は割り勘。「当時、私が負担していた家賃はいまの何十分の一かにすぎません。しかし、入居者が7人に届かなければ採算割れになる。当時の私には清水の舞台から飛び降りるほどの大きなリスクでした」と牛来さんは言う。だが心配は杞憂に終わり、常に満室の状態が続いた。

■束になってみんなを売り込む

交流会の席で、ある行政書士からこんな相談を持ちかけられた。「自分が考えつく先にはすべて営業しました。このあと、もう営業に行く先はない。牛来さん、どこかSOHOが広告を出せる媒体を紹介してもらえませんか」。その場にいた多くの起業家に共通する悩みだった。それがきっかけで、みんなで束になって営業活動を展開したら…という発想になった。こうしてWE

Bサイト「SOHOプロダクション広島」がスタートした。

SOHOのクリエイターたちのセールスポイントとこれまでの実績を、それを買ってくれそうな企業に向けて発信するホームページをつくったのだ。ただ、SOHOなら誰でも載せるというのではない。牛来さんが面接して、この人なら信頼できると思える人だけをピックアップし、その人の紹介記事を作成して掲載する。掲載したクリエイターからは掲載料をいただく。その代わり、記事にはそれぞれの連絡先が載っていて、さらに各人のホームページにリンク設定されている。それを見て興味を持った企業は、クリエイターに直接連絡をとって仕事を発注することができる。SOHO総研が仲介料を要求することはない。

ただし、SOHO総研が開拓し受注した仕事に力を借りる場合は、その報酬に一定割合を上乗せして発注者に請求している。とにかくこのサイトを開けば、牛来さんが折り紙をつけた、およそ100人のレベルの高いプロのクリエイターたちと出会うことができるのだ。

クリエイターたちとお客となる企業を結びつけるには、SOHOのイメージアップも必要だった。そのために考えられるあらゆる方法を講じた。「ひろしまSOHO博」というイベントを毎年開催し、クリエイターたちが仕事実績を展示したり、演台に上がって仕事の実績をアピールした。顔写真

入りのチラシをつくって講演会で配り、地元のビジネスマッチングフェアにSOHO総研のブースを出した。そして、牛来さん自身が広告塔となって、テレビ・ラジオ・新聞・雑誌に出て、機会あるごとに「広島にはこんな素晴らしいクリエイターたちがいます」ということを発信し続けた。

サイトへの掲載者を決める面接で、まだ掲載できるレベルではないと判定したクリエイターの卵たちはどうするのか？ 牛来さんのすごさは、これも事業化のチャンスとして活かしていることだ。SOHO総研に「支援事業部」をつくり、1日も早くプロのレベルに到達してもらうために、先輩のクリエイターたちの力を活用しながら、ビジネススキルやマナー、企画力や営業力アップ、語学、起業や税の知識などのセミナー・講習会を開講したのである。対象者はSOHOだけでなく、将来プロをめざす人、これから起業をめざす人たちを含めている。

■広島を元気にする一助となる

こうしてネットワークの層が少しずつ厚みを増していった。それとともにさまざまなチャンスが飛び込んでくるようになった。

たとえば、あるとき、竹炭のパウダーというのを持ってきた健康管理士の女性がいた。「竹炭というのは無味無臭で有害物質を吸着するので整腸作用があります。だから、これをパウダー状にすると健康食品として売り出せます。この販路をもっと広げ

たい。どこか買ってくださるところはないでしょうか」という。

広島銘菓にもみじ饅頭というのがある。これに竹炭を入れて、黒いもみじ饅頭をつくったらどうだろう、とそのときひらめいた。信頼できる竹炭パウダーの供給先があり、それを入れて黒いもみじ饅頭をつくってくれるメーカーさえあれば、自分たちで商品コンセプトをつくり、パッケージデザインをつくり、新聞・雑誌・テレビ・各種のイベントなどさまざまなルートを通じてPRすれば間違いなく売れる。その自信があった。そのためには、牛来さんが築いたネットワークを駆使して、それぞれの分野で最高のプロの力を結集すればよい。

もみじ饅頭メーカーのやまだ屋の社長とは、それまで面識はなかったが、牛来さんは単身で訪問し、黒いもみじ饅頭を提案。売上げの一定割合を成功報酬でという条件で、最初の訪問日のうちに「それじゃ、一度試作品をつくってテストマーケットをやってみましょう」というところまで話を詰めた。

竹炭パウダー入りの「黒もみじ」はねらいどおりの成功を収めた。次いで唐辛子入



「黒もみじ」

りの「赤もみじ」が、牛乳入りの「白もみじ」がそれに加わった。それらの企画提案型商品が成功を収めたことが新聞、雑誌、テレビで取り上げられ、ものづくりの成功例として、広島中の注目を集めることとなった。

以来、さまざまな地元企業との間でコラボレーションがすすんでいる。発泡にごり酒「SOARAN」、新食感のうどん「べっぴんうどんおつるさん」、和風だしの「広島菜キムチ」、高級ちりめん「瀬戸の匠」…など、昔ながらの製品に新しい魅力を付け加えた新製品が誕生し、新しい需要をつくり出している。一方で、広島に映像コンテンツ産業を育成しようという経産省の委託事業「ボールイマージュ広島」や内閣府の委託事業「地方の元気再生事業」などにも参画し、広島を元気にする一助を担うようになった。



「SOARAN」



「べっぴんうどんおつるさん」

■地球のために役に立ちたい

3年前の2009年、SOHO総研は一段と大きなステージに立った。複数の地元有力企業から出資してもらえることが決まり、



ソアラビジネスポートの入っているビル

資本金を3100万円に増資。社名を「株式会社ソアラサービス」と改めた。冒頭に紹介した広瀬北町のビルに500坪のソアラビジネスポートを開設したのは、その直後のことである。現在はここに、レンタルオフィスの拠点事業、地元企業とのコラボレーションによるものづくり事業、プロのクリエイターの育成や、企業にSOHOをコーディネートする支援事業、の3つの事業を集結している。

1人でできることには限りがある。しかし、信頼できるネットワークをつくり、人々の力を結集する仕組みをつくり上げれば、できることは大きく広がる。それが成功すればさらに大きな力を呼び込み、もっと大きな可能性が目の前に広がっていく。牛来さんのこれまでの歩みは、そのことを雄弁に物語っている。

「最初はSOHOのためにあったらいいなと思ったことを一つ一つカタチにしていきました。SOHOという言葉には一定のイメージがあって、自分自身もその1人で

した。しかし、その範囲を超えたさまざまなプロフェッショナルや企業がネットワークの中に含まれてくるようになると、あえてSOHOだけを区別する意味が薄れてきました。いまこだわっているのは、単にSOHOだけでなく、中小企業や、農林水産事業者などさまざまなプロフェッショナルの力を結集して、広島にあったらいい…をカタチにしていくことです」。

「将来は、広島のクリエイティブな人材や起業家たちの自由な発想を海外の困っている人たちのために役立てたい。たとえば、ネパールやバングラディッシュのジュートや革を使って、デザイン性の高い高付加価値商品を生み出し、その利益を現地に



販売イベント

還元したい。そんなことで、何か地球のために役立つことをしたいと思っています」。

すでに成人した娘さんと息子さんが1人ずつおられる。ときにはそんな夢を語りながら、娘さんや息子さんとお酒を酌み交わすことがあるという。

取材・執筆 山口 幸正（やまぐち ゆきまさ）

《プロフィール》

外資系食品製造業人事部勤務の後、産業教材出版業勤務。全国提案実績調査を担当し、改善提案教育誌を創刊。1985年に独立し創意社を設立、『絵で見る創意くふう事典』『提案制度の現状と今後の動向』『提案力を10倍アップする発想法演習』『提案審査表彰基準集』『改善審査表彰基準集』『オフィス改善事例集』などの独自教材を編集出版。30年以上にわたって企業の改善活動を取材してきた経験と実績を活かし、現在はフリーライターとして幅広く活躍。

●創意社ホームページ <http://www.eonet.ne.jp/~souisha/> 「絵で見る創意くふう事典」をネット公開中