

寄稿

起業家・クリエイターのパワーを地域に活かす！

～創発的集積地「SO@R ビジネスポート」～

こらい
牛来 千鶴

株式会社ソアラサービス 代表取締役社長

1. 広島に「あったらいいな」をカタチに

株式会社ソアラサービスの理念は、クリエイターやSOHO、起業家らと共に、広島に「あったらいいな」をカタチにし、地域の「人」と「企業」を元気にして地域を活性化すること。広島の新しい価値と魅力を創りだすことを目的として、「SO@R ビジネスポート」を拠点に、クリエイターなどの創造的な事業者が集い関わりながら、「人」と「モノ」を

創造し発信。

3つの事業「拠点事業」「モノづくり事業」「支援事業」を展開している。

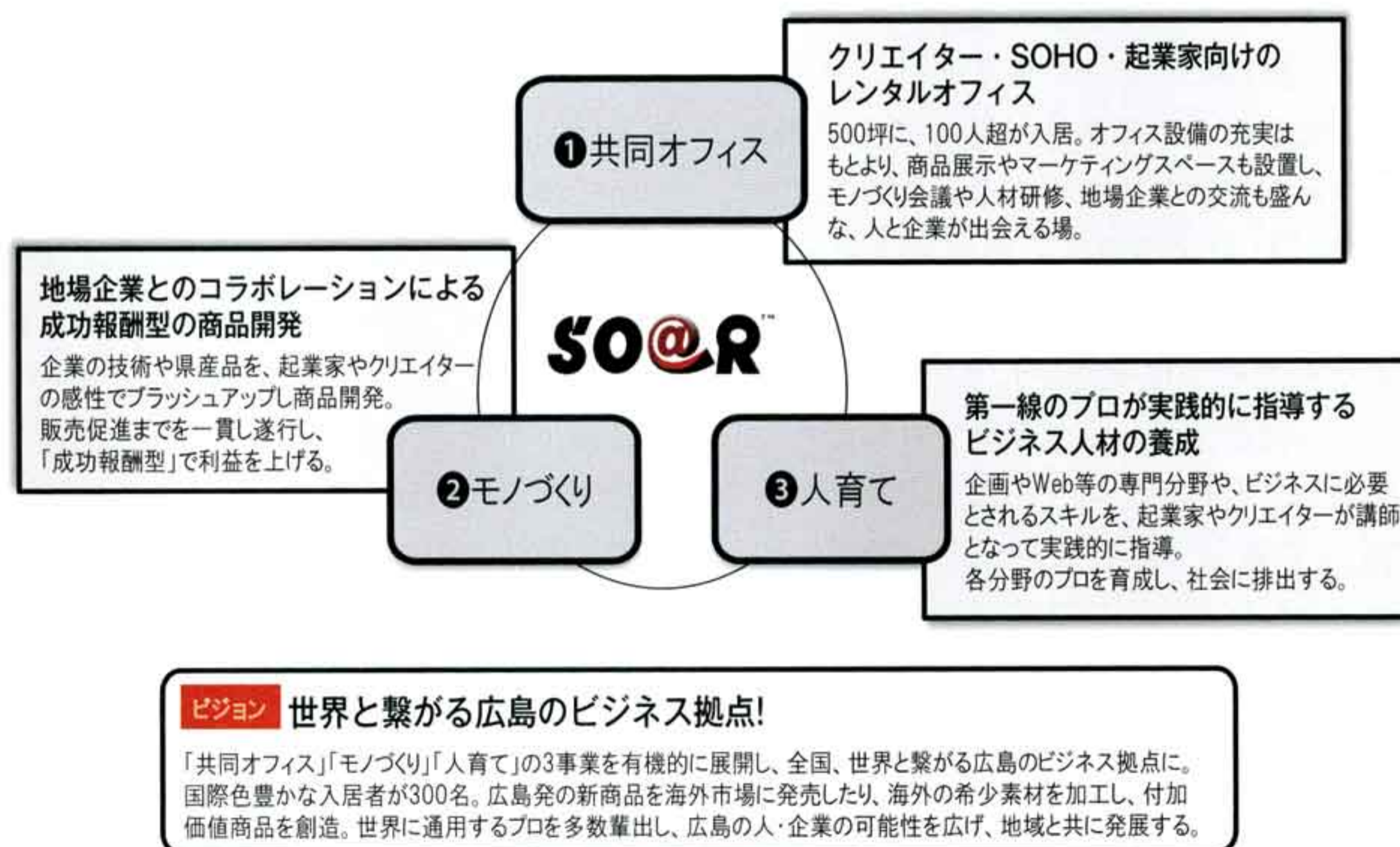
① 拠点事業

〈クリエイターや起業家向け共同オフィス運営〉
・SO@R ビジネスポート

② モノづくり事業

〈地場企業とクリエイターがコラボレーションする成功報酬型の商品開発〉

図1 創発的ビジネス拠点「SO@R ビジネスポート」
～あったらいいなをカタチにする～
創発的ビジネス拠点「SO@R ビジネスポート」



* 「SOHO」 = 「スモールオフィス、ホームオフィス」の略。

情報技術を活用し10人以下の小規模事業を営む者

* 「SO@R」 = 「ソアラ」。Soar とは英語で、「高く上がる・舞い上がる・滑空する」等の意。「SO@R」(ソアラ)は、人や企業が関わり合うことで相互作用で向上しあう様子をイメージした造語。ここに集う「人」や産み出す「モノ」が大きく羽ばたいていけるよう思いをこめて命名。



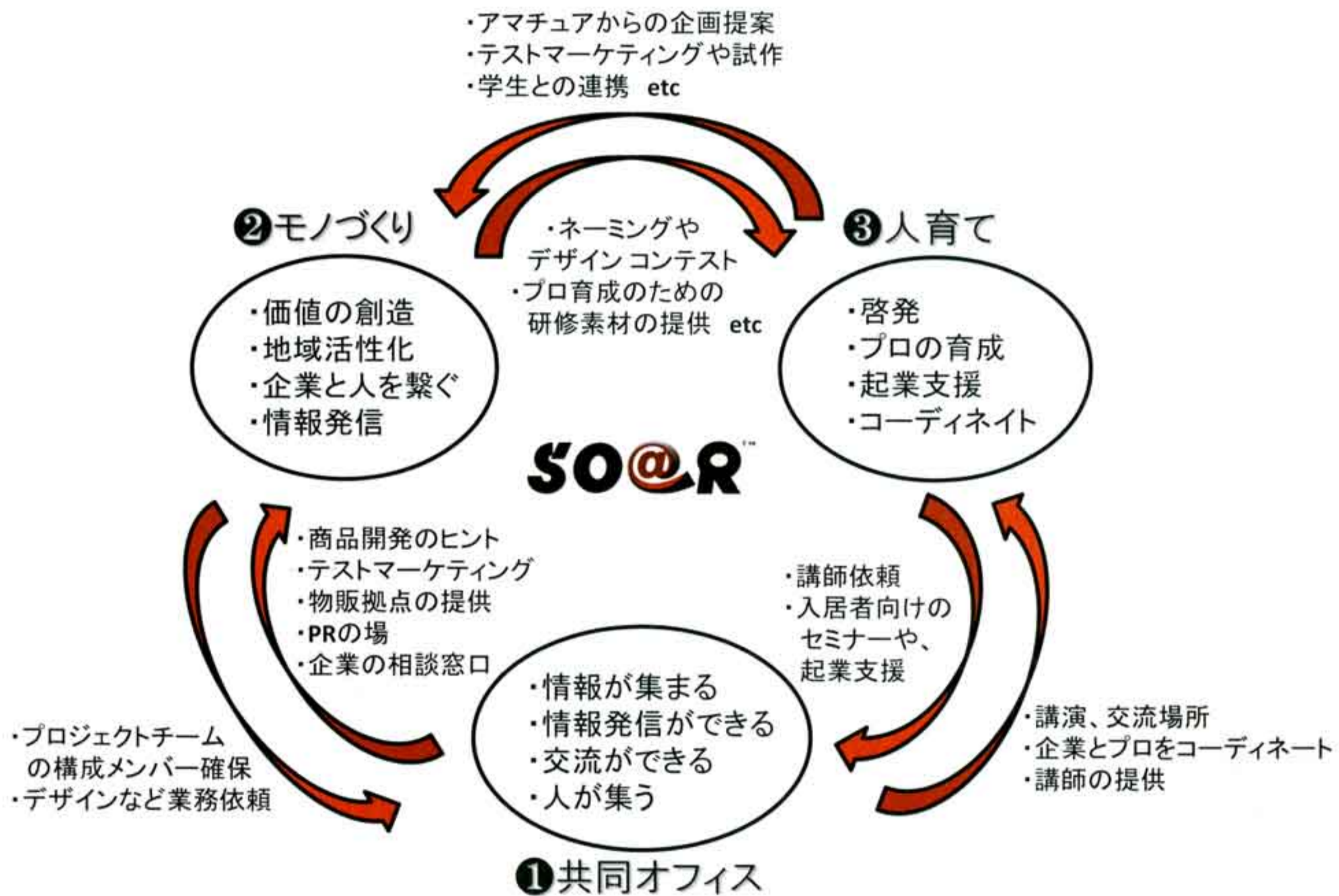
【牛来千鶴氏のプロフィール】

教科書出版社を結婚出産退職後、6年間の専業主婦業を経て企画会社に勤務。各種販促企画を手掛け1999年に独立。仲間との交流ができるようにと「広島 SOHO' クラブ」を設立したことがきっかけとなり2001年「広島 SOHO' オフィス」開設。翌年「(有)SOHO 総研」を設立し代表取締役役に就任。一貫して SOHO と企業のために、「広島に“あったらいいな”をカタチに」を軸としてビジネス展開。2009年「(株)ソアラ サービス」に社名変更し移転・拡張し、人肌感覚のクリエイティブ共同オフィス「SO@R ビジネスポート」をオープンした。さらに、地域の特長を活かした商品開発や、弟子入り型の即戦力養成・プロから学ぶセミナーなど、人と企業を繋いで地域を元気にするプロジェクトを推進している。

公職 ・独立行政法人中小企業基盤整備機構 経営支援アドバイザー・財団法人広島市産業振興センター 理事・財団法人広島市中小企業支援センター 起業支援アドバイザー ほか

図2 各々の事業から広がる相乗効果

①②③の各事業は有機的に関わり合い、相互作用を伴って創発的な場を産んでいる



・SO@R モノづくりプロジェクト

③ 支援事業

〈プロ養成、セミナー事業、起業家支援ほか〉

- ・SOHO プロダクション広島
- ・スキルミガキ広島
- ・SO@R アカデミー ほか

「拠点事業」「モノづくり事業」「支援事業」単独で見ると珍しくないが、3つの事業が複雑にリンクし合い、「SO@R ビジネスポート」に人と情報が集まることで、人と人、人と企業が有機的に関わり相互作用し、新たな商品・サービスの開発やPR、起業家の輩出やプロの養成、就職支援等に繋げている点が、注目されている。

2. スタートはSOHO「交流の場」づくりから

14年前に突然会社を辞め、自宅で販促プランナーの仕事をはじめた私が「何のために独立しただろう」と、その意味を探して自問自答を繰り返し、行きついたのは「目の前の“あったらいいな”をカタチにする」ことだった。

1999年、夏。家庭へのインターネット普及が本格化した頃。世の中は「ネットさえ繋がればどこでも仕事はできる」という風潮が強く、起業ブームだった。SOHOスタイルで働く人が増加する一方で、SOHOならではの課題も浮き彫りとなってい

た。当時、自分自身がSOHOとなり肌で感じた課題は、

- ①情報不足
- ②モチベーション維持の難しさ
- ③単独での営業の限界

これらの「悩み」や「困った」を解決するには、型にハマった異業種交流会や、行政主導の支援制度ではなく、同じ目線で本音で語れる「交流の場」の必要性であると考えSOHOのための交流会「広島SOHO'クラブ」を立ち上げた。2000年12月設立から現在まで、SOHOの有志たちと共にボランティアで運営し、延べ参加数は6,000人を超える。

広島SOHO'クラブの目的は、あくまでもSOHOのための「交流の場」づくり。SOHOまたはSOHOを目指す人など、老若男女、様々な業種の人と出逢う場をつくることで、刺激を与え合い、励まし合える、信頼関係を築く機会を提供している。

広島SOHO'クラブは、毎月30~50人が集い、うち新規メンバーが毎回10人以上参加する活気ある交流会。「常に新たな出逢いがある」「ここへ来れば元気になれる」と、評判は高い。

コンセプトは、「人肌感覚の交流」。真の人脈は信頼関係を築くことからという考えで、営業は二の次。気軽に集まり本音で語れる「空気感」を大事に



写真1 SOHOのための交流会「広島SOHO'クラブ」

している。

「起業家をまとめるのは大変でしょう」

とよく聞かれるが、“まとめる”気は全くない。自身が起業家であり起業家の気持ちはよくわかる。誰かの下に属し、まとめられるのは嫌なほう。ピラミッド型の組織には無いアメーバ的なゆるやかな繋がりを意識し、あくまでも「場」作りに徹したことが、6,000人の起業家ネットワーク構築の要因である。

そしてもう一つ、明確なコンセプトを伝え、ぶれずに守り続けること。これが、続く理由である。

この6,000人のSOHOネットワークは、弊社の全ての事業活動の源となっている。

3. 集積の「場」から生まれる相乗効果

交流会を開催する一方で、設立当初から考えていたのは「拠点の必要性」である。互いの益にまで繋がる真の信頼関係を築くには、単に月に一度の交流とインターネット上の繋がりだけでは、足りない。

何かあればいつでも会える、常に情報が集まる、「常設の場」が必要。そう考え、交流会を開催した当初から、その会場をSOHOのための共同オフィスにしようと行動を始めていた。

先進地を視察に行き、また、SOHOたちのニーズに耳を傾け、大家さんに家賃交渉して小さな古いビルのワンフロア（30坪）を格安で借りた。SOHOの仲間たちに協力してもらって中古の机や椅子を集め、パーティションを手作りし、10人が入居。初期費用わずか20万円で始めたのが、現「SO@Rビジネスポート」の前身である「広島SOHO'オフィス」である。

こうして2001年7月にスタートした「広島SOHO'オフィス」は、半年後にはフロアを拡張、延床面積、入居数共に2倍に。更に1年後にはビル丸ごと100坪を占有し、入居数は30人を超えた。稼働率は常に95%以上をキープ。マスコミや行政な

ど、周囲から成功例として注目される「SOHO 集積の場」へと成長した。

入居メンバーの業種は、プログラマー、編集ライター、カメラマン、Web デザイナー、グラフィックデザイナーなどのクリエイターや、占いサイトの運営者、探偵、行政書士など多種にわたる。販促プランナーだった私自身も、皆と同じように入居。同じ目線での運営にこだわった。

多様な人が集まる場に、集まる情報は幅広い。ここから多くの新事業や新会社が生まれ、人と情報が集まる中から生まれる、目に見えない相互作用を肌で実感した。わずか100坪に30人余りのプロが集積するだけでこれだけの影響力が生まれるのだから、この「場」を大きくすればきっとその影響力は想像以上に大きくなるはず。

2001年12月。共同オフィス開設からわずか半年を経た時、10年後の「夢の SOHO オフィス」を仲間たちの前で発表した。現在の「SO@R ビジネスポート」は、その時にイメージしたものである。完成形までにはあと一歩だが、2009年には、2nd ステージとしてオープンさせた。

「場の空気」は、そこに集まる「人」が創る。

立派なハードは、あるにこしたことは無いが、重



写真2 10年後の「夢の SOHO オフィス」を仲間たちの前で発表

要なのは中身だ。そこに「誰」がいるのか。そこに居る人は心地よいか etc、ソフト面を大切にし、我々がつくっているのは、その「場の空気」なのである。

4. 新しい仕組み～ SOHO と企業を直接繋ぐ

2002年に開設したプロ意識の高い SOHO を紹介する Web サイト「SOHO プロダクション広島」は、入居メンバーからの相談が開設のきっかけとなった。

「広島に、SOHO が PR できる媒体はないか？」

開業したばかりの若い行政書士。自身のもつ人脈からは全て営業に回り、行き尽くした。もっと他に売り込む先を開拓したいというのだ。

確かに、個々で営業 (PR) するには限界がある。ならば東になって PR するしくみを創ろうと考え、SOHO を企業に直接繋ぐ SOHO コーディネート事業を立ち上げた。

請け負った仕事を子請けや孫請けに出すのではな

図3 プロ意識の高い SOHO 紹介サイト「SOHO プロダクション広島」



く、企業がSOHOに直接発注するという新しい仕組み。発注者にとっては、中間マージンに落ちる無駄なコストが節減され、また受注するSOHOにとっては、クライアントと直接、意思疎通が図れることから求められる仕事が理解しやすくなりロスも減るなど、メリットは双方にある。

掲載費は年間15,000円（初回の制作費込み、消費税別）に抑え、直接仕事の依頼が本人に入ったものはスルーで受託できるようにした。弊社がコーディネートする場合だけ、初回のみコーディネート費として受注額の15%をもらう仕組みである。

原点は「目の前の“あったらいいな”をカタチにする」こと。本事業での当社の利益は薄利だが、この仕組みが広島の人と企業を結び、少しでも地域活性化の一助になればという思いで続けている。

現在700事業者と提携し、Webサイトには弊社がプロと認めたSOHO約100人を掲載。今年、12年目を迎えた。

※第2回ひろしまベンチャー助成金「ひろしまベンチャー大賞」受賞（ひろしまベンチャー育成基金）

5. 拠点事業～SO@R ビジネスポート

「広島SOHO'オフィス」は2009年6月に拡大、移転し、現在の「SO@R ビジネスポート」をオープンした。2001年12月に仲間たちの前で宣言してから7年半。夢を現実にするには、実に多くの苦労があったが、一番大変なのは、資金集めだった。

目標を1億円と決め、地元の有名企業を何度も回って出資を募った。どこの馬の骨ともわからない人間に、まず逢って頂くことすら難しい大きなハードルを前に、諦めずに続けられたのは、信じてくれる多くの仲間や、賛同してくれる多くの支援者が居てくれたからこそだ。

リーマンショックの影響を諸に受け、結果、集まった出資金は2千万円、自己資金1千万円だったが、同時に、内閣府「地方の元気再生事業」の受



写真3 2009年6月に拡大、移転し「SO@R ビジネスポート」をオープン

託により2年間で約4千万円の事業を推進。不足分は金融機関からの融資を受けた。

「SO@R ビジネスポート」の延床面積は、現在、約1500㎡。105事業者が契約し、142人が入居している。クリエイターやベンチャー、士業、翻訳家など業種はさまざま、入居者同士や外部とのコミュニケーションを重視するコンセプトは10年前も今も変わらない。交流会やパーティを頻繁に行い、人と情報が集まる広島ビジネス拠点としての役割を担っている。

東京・札幌のインキュベーション施設との相互利用も可能に。県外の企業が営業所として利用するほか、中には海外のベンチャー企業が日本支社として利用するなど、役割の幅は、徐々に広がっている。

6. 新しい仕組み～成功報酬型の商品開発

「モノづくり事業」は、「SO@R ビジネスポート」オープンを機に増資し社名変更した折、一事業部として本格スタートさせた。

弊社の「モノづくり事業」は、成功報酬（商品の売上げに応じた報酬）をもらうという契約で企業とコラボレーションする、新しい商品開発の仕組み。

企業は製造を担い、ソアラサービスはクリエイターとチームを組んで商品の企画、ネーミング、デザイン、販促戦略までトータルでプロデュースするのが基本。時代を捉え、想像力を駆使しニーズに

マッチした新商品やサービスを生み出す。

【成功報酬型商品開発の利点】

- ・製造企業……企画やデザイン費等の初期負担が無いので新商品開発に積極的に取り組める
 - ・ソアラサービス……売れば配分は増えるためPRに力が入り、売れる商品を産む可能性が高まる
 - ・クリエイター……関わった商品が売れ続ける限り収入を得られるので、リタイア後も安心
- 製造企業とソアラサービスは、創ったら終わりという一過性の関係ではなく、その後も二人三脚で販促を継続する。

例えば2008年に発売した、もみじ饅頭「黒もみじ」は、もみじ饅頭の製造販売会社「やまだ屋」に企画提案し、生地には竹炭パウダーを練り込んで「黒い」饅頭として発売。「インパクト」と「健康志向」を打ち出してヒットを産んだ。（※初年度売上は約3000万円）

以来、広島県産の素材にこだわり、福山市の唐辛子入り「赤もみじ」や、東広島市の酪農家の牛乳入り「白もみじ」、庄原市の夏いちご入り「朱もみじ」等のもみじ饅頭のほか、三次市のピオーネ入り「jewel（ジュエル）」や「ピオーネガトウ」、日本三大菜漬の一つ広島菜で作った「広島菜キムチ」、三次市の酒蔵とコラボした辛口発泡にごり酒「SOARAN」など、これまでに20商品を産み出している。



写真4 広島県庄原市産の夏いちご入り「朱もみじ」



写真5 東広島市の酪農家が絞った牛乳入り「白もみじ」



写真6 広島県三次市産ピオーネ入り「ピオーネガトウ」

7. 集積の「場」と商品開発の関係性

これらの商品開発のヒントは、SO@R ビジネスポートに集まる情報の中にある。

先にあげた「黒もみじ」は、元々、フリーの健康管理士が「食用の竹炭」の販促について相談に来たことが始まり。ピオーネ入りのチョコレート「jewel (ジュエル)」は、フードコーディネーターが持ってきた巨峰の干しぶどうがきっかけとなった。

集まる情報から我々は、「素材の価値を、どう商品化してヒットさせるか」を考え、カタチにしていく。

テストマーケティングは様々な方法で行うが、試食等で最初に協力を依頼するのは、SO@R ビジネスポートの入居メンバーである。

そこに集まる人と企業がコラボし、入居者の声がマーケティングに活かされ、産み出される商品たち。発売前から多くの人を巻き込むことで、応援してくれるファンを創り、売りに繋げていく。

8. 現場のプロによる人材育成

「支援事業」では、人材養成輩出についてのプロジェクトや、プロから学ぶ様々なセミナーを開催している。

【セミナー開催例】

ビジネスコミュニケーション、チームビルディング、リーダーシップ、ビジネスマナー、プレゼンテーション演習、ビジネス文書、企画力アップ、営業力アップ、モチベーションアップ、パソコン指導 (Word、Excel、PowerPoint、メールソフト等)、IT 活用 (SEO 対策、クラウド、SNS、アプリケーション等)、撮影テクニック、カラー心理、マーケティング指導ほか

連携・提携するクリエイターや起業家などのプロフェッショナルとコラボレーションし、得意分野を

図4 「弟子入り型」のクリエイター人材育成



活かした様々な人材育成を実施してきた。

特徴的なのは、2007年～10年に実施した「弟子入り型」のクリエイター人材育成で、机上で学ぶのではなく、プロに弟子入りして仕事の現場で学ぶというものである。学校や専門学校等で知識は学んでくるが、即戦力として使えない。給料を支払いながら育てる余力はないという中小企業が少なくない中、現場経験をさせながら即戦力を育てるという画期的なプロ養成の仕組み。カメラマンや編集ライター、プログラマーなど、若いクリエイター志望者たち20名余が、この仕組みを利用した。

これには課題もあり、受け入れ側の負担を誰が補償するか、また、弟子が無償で仕事を手伝うことの見解など、費用面での意見が当事者の中で様々あり、仕組みの定着には至っていない。

しかしこのトライは、その後、行政から受託した雇用対策事業での求職者向け OJT 研修で活かされた。SO@R ビジネスポート内に設けた研修室で、求職者がプロによる研修を2ヶ月間受けた後、各企業で OJT 研修を半年間受けるという「クリエイティブ人材養成輩出プロジェクト ひろしま はたらく プロジェクト」では、120人の求職者を受け入れ、うち75%を正規雇用や起業に繋げた。



写真7 「クリエイティブ人材養成輩出プロジェクト“ひろしま はたらく プロジェクト”」

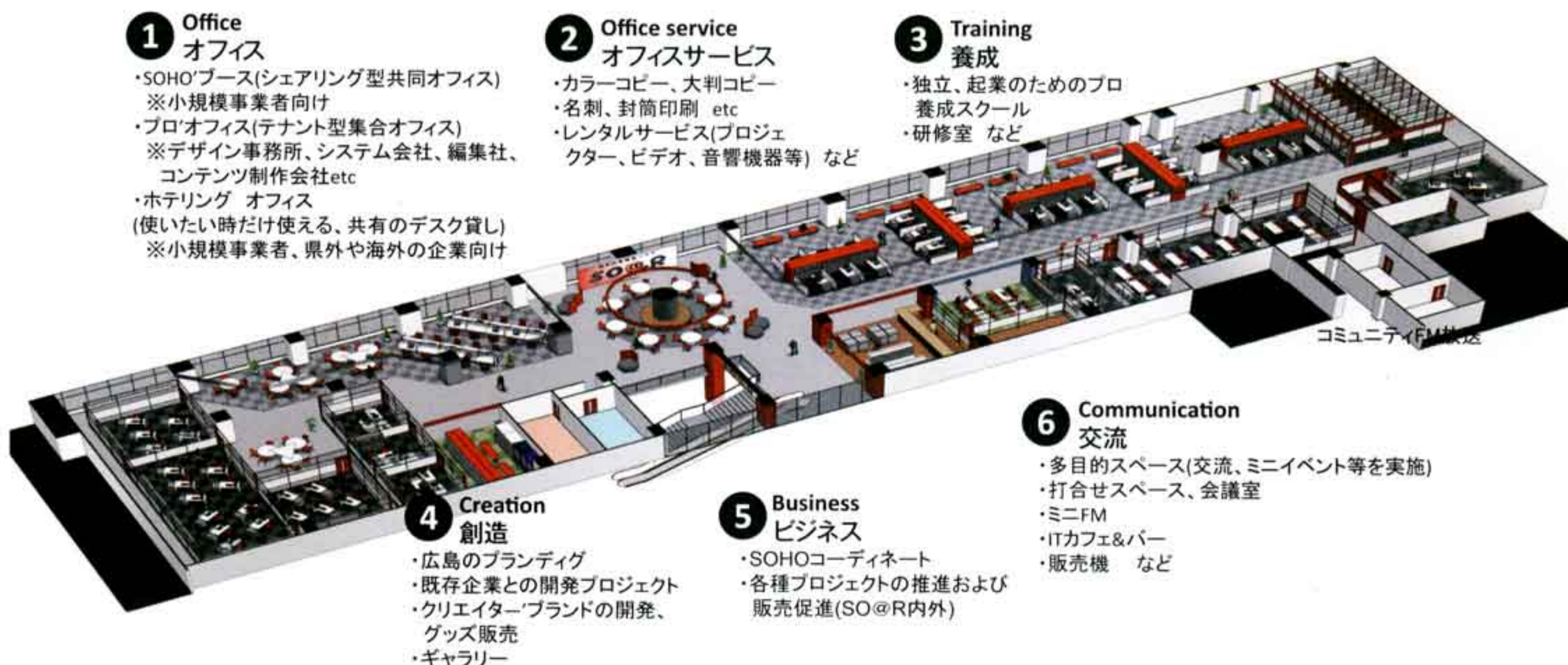
【行政から受託した人材育成関連のプロジェクト】

2007～2010/08	内閣府 地方の元気再生事業「弟子入り型即戦力養成プロジェクト」
2010/08～2011/03	広島県緊急雇用対策基金事業「クリエイティブ人材養成輩出プロジェクト“ひろしま はたらく プロジェクト”」
2011/04～2012/01	広島県緊急雇用対策基金事業「専門職マイスター・チャレンジプロジェクト」
2013/07～2014/02	広島県パッケージ型創業支援業務「SO@R ビジネスポートを活用した独立・開業・第二創業支援制度」“Let's begin”
2013/08～2014/02	広島市「新成長ビジネス等人材育成サポート事業実施業務」(広島県緊急雇用対策基金事業)

図5 2005年にイメージした「創発的集積地 SO@R (ソアラ)」

SO@Rのコンセプトは「創発」。異なる価値観や能力をもつ「人」(あるいは「企業」など)が、相互作用を通じて刺激しあい、新しい価値観やアイデアを「創」造するとともに、具体的活動を誘「発」していくことで、

1. 事業を生む 2. 雇用を生む 3. 地域を活性化 4. 世界に発信 し、若者を活かし中小企業や商店、自治体等の発展に活かし、地域が活性化する場をつくります。



9. ビジョン

「SO@R ビジネスポート」は未だ2nd ステージである。2005年に発表した「創発的集積地 SO@R (ソアラ)」では、

「1. 事業を生む 2. 雇用を生む 3. 地域を活性化 4. 世界に発信 し、若者を活かし中小企業や商店、自治体等の発展に活かし、地域が活性化する場をつくります」

と、はっきり宣言している。

現状は「1. 事業を生む」「2. 雇用を生む」事業活動の中で、「3. 地域を活性化」に繋げるべく邁進する日々で、「4. 世界に発信する」活動については、まだやっと助走を始めた段階。

完成形にはまだ遠いが10年後には、広島クリエイターや、SOHO、起業家のパワーを世界と繋げ、発展途上国の特産物を加工するなどしてデザイン力で付加価値をつけ、適正価格で売る（フェアトレード）モノづくりを推進。SO@R がもつ資源を地域に生かすと同時に、世界に繋げて多くの人をハッピーにする。そんなビジョンを描いている。

世界をフィールドにした展開はきっと安易ではないだろうが、これまでも目の前の仲間たちの声を一つひとつカタチにして今に繋げた。たった一人で

「できることから」始めてきた一つひとつの取り組みが、積み重ねることで、大きなパワーになった。多くの支えと仲間たちの協力が、広島を元気にする影響力となった。それを考えると、実現は夢ではない。

現在の活動を更に発展させ、より多くの人や企業に役立つ事業を実現していくことがSO@R の使命と信じ、これから先も、貫き続ける。

「この地球に“あったらいいな”をカタチに」



写真8 2012.06 第1回 DBJ 女性新ビジネスプランコンペティション「女性起業優秀賞」受賞
(日本政策投資銀行)