

データベース構築促進及び技術開発に関する報告書

在宅勤務者サポート・データベースの
構築調査

平成5年3月

財団法人 データベース振興センター

委託先 (株)志木サテライトオフィス・ビジネスセンター

本事業は、日本自転車振興会から競輪収益の一部である機械工業振興資金の補助を受けて作成したものである。

序

データベースは、わが国の情報化の進展上、重要な役割を果たすものと期待されている。今後、データベースの普及により、わが国において健全な高度情報化社会の形成が期待される。さらに海外に対して提供可能なデータベースの整備は、国際的な情報化への貢献および自由な情報流通の確保の観点からも必要である。しかしながら、現在わが国で流通しているデータベースの中でわが国独自のものは1/3にすぎないのが現状であり、わが国データベースサービスひいてはバランスある情報産業の健全な発展を図るためには、わが国独自のデータベースの構築およびデータベース関連技術の研究開発を強力に促進し、データベースの拡充を図る必要がある。

このような要請に応えるため、(財)データベース振興センターでは日本自転車振興会から機械工業振興資金の交付を受けて、データベースの構築および技術開発について民間企業、団体等に対して委託事業を実施している。委託事業の内容は、社会的、経済的、国際的に重要で、また地域および産業の発展の促進に寄与すると考えられているデータベースの構築とデータベース作成の効率化、流通の促進、利用の円滑化・容易化などに関係したソフトウェア技術・ハードウェア技術である。

本事業の推進にあたって、当財団に学識経験者の方々に構成されるデータベース構築・技術開発促進委員会(委員長 山梨学院大学教授 蓼沼良一氏)を設置している。

この「在宅勤務者サポート・データベースの構築調査」は平成4年度のデータベースの構築促進および技術開発促進事業として、当財団が(株)志木サテライトオフィス・ビジネスセンターに対して委託実施した課題の一つである。この成果が、データベースに興味をお持ちの方々や諸分野の皆様方のお役に立てば幸いである。

なお、平成4年度データベースの構築促進および技術開発促進事業で実施した課題は次表のとおりである。

平成5年3月

平成４年度 データベース構築・技術開発促進委託課題一覧

分野	課題名	委託先
社会	1 変異タンパク質配列データベースの構築	日本電子計算(株)
	2 新聞縮刷版見出しデータベースの構築	(株)朝日新聞社
	3 ファジィに関する文献データベースの構築	(財)日本情報処理開発協会
	4 医療用医薬品抗生物質データベースの構築	(株)小田島
	5 交通事故調査データベースの構築	(財)日本自動車研究所
	6 楽器データベースの構築	(株)ダイソメディアサービス
	7 人体計測データベースの構築	(社)人間生活工学研究センター
	8 大学におけるデータベース利用教育システムのプロトタイプ作成	日外アソシエーツ(株)
	9 先進複合材料データベースの構築	(財)次世代金属・複合材料研究開発協会
	10 博物館所蔵地図資料所在情報データベースの構築調査	(財)地図情報センター
中小企業振興 地域活性化	11 地域流通最適化データベースのプロトタイプ作成	(社)日本ボランティア・チェーン協会
	12 異分野研究のための知的オリエンテーション・データベースシステムのプロトタイプ作成	(株)けいはんな
	13 在宅勤務者サポート・データベースの構築調査	(株)志木サテライトオフィス・ビジネスセンター
海外	14 銅基複合材料日本特許英文データベースの構築	神鋼リサーチ(株)
	15 技術協力供与機材データベースのプロトタイプ作成	(財)日本国際協力システム
	16 先端産業分野における専門用語の電子辞書データベース化の調査研究	科学技術情報研究所(株)
	17 マーケティングコードの英文データベースの構築	(株)帝国データバンク
技術	18 安全研究における多重ソース・システム構築のための基本安全用語データベースの開発	(株)紀伊國屋書店
	19 3次元マッピングデータベースの技術開発	(株)日本総合技術研究所
	20 データベース検索サポートシステムの調査研究	セントラル開発(株)情報図書館 RUKIT
	21 グループウェアにおけるデータベースシステムに関する調査研究	(株)イフ・アドバタイジング
	22 パーソナルコンピュータとLANの利用による非定形データベースのプロトタイプ作成	(株)メイテック
	23 知的資源型データベースの調査研究	(株)ジャパンコミュニケーションズ ズインスティテュート

目 次

1. 概要と本報告書の構成

1. 1 概要	9
1. 2 本報告書の構成	11

2. 在宅勤務者サポート・データベース構築の背景と意味

2. 1 在宅勤務者サポート・データベース構築の背景	15
2. 1. 1 アメリカにおける在宅勤務者の増加	
2. 1. 2 主婦層の在宅勤務に対するニーズの在処	
2. 1. 3 高齢者層の在宅勤務に対するニーズの在処	
2. 1. 4 身障者層の在宅勤務に対するニーズの在処	
2. 1. 5 フリーランス層およびその予備軍の在宅勤務に対するニーズの在処	
2. 1. 6 大学院生層の在宅勤務に対するニーズの在処	
2. 2 在宅勤務者サポート・データベースの意味と果たす役割	20
2. 2. 1 ワーカーのニーズを充たし企業の要請に応える役割	
2. 2. 2 分散型就業形態による一極集中の是正	
2. 3 在宅勤務者サポート・データベースにおける在宅勤務者の範囲	22

3. 構築にあたっての 問題点の整理と解決への模索

3. 1 心理的側面検討部会における問題点の整理	27
3. 1. 1 在宅勤務者の主たる対象	
3. 1. 2 在宅勤務にあたっての心理的な不安や不満の解消	

3. 1. 3	個人のセキュリティ	
3. 1. 4	能力の開発や研修制度のあり方	
3. 1. 5	在宅勤務者のネットワーク作りと交流	
3. 1. 6	データベース作成にあたっての意見の収集	
(付. 1)	心理的側面検討部会議事録 (第1回・第2回)	
3. 2	組織的側面検討部会における問題点の整理	3 7
3. 2. 1	企業組織の中での外注化ニーズ (企業規模と外注化)	
3. 2. 2	在宅勤務者サポート・データベースと企業組織の変革	
3. 2. 3	在宅勤務者へ発注される仕事の質と種類	
3. 2. 4	企業の仕事を外注しやすい仕組み	
(付. 2)	組織的側面検討部会議事録 (第1回・第2回)	
3. 3	経済的側面検討部会における問題点の整理	4 5
3. 3. 1	データベース運営会社の位置づけ	
3. 3. 2	ワーカーがより活性化出来る仕組み	
3. 3. 3	電子情報化することの意味合い	
3. 3. 4	在宅勤務者サポート・データベースのオリジナリティ	
3. 3. 5	経営的に成り立たせるための具体策	
(付. 3)	経済的側面検討部会議事録 (第1回・第2回)	
3. 4	技術的側面検討部会における問題点の整理	5 8
3. 4. 1	在宅勤務者サポート・データベースの基本与件と特色	
3. 4. 2	プロトタイプ作成にあたっての技術的課題	
3. 4. 3	既存の商用ネットワークへの接続	
3. 4. 4	研修データベースへのゲートウェイ	
(付. 4)	技術的側面検討部会議事録 (第1回・第2回)	
3. 5	学識経験者へのヒヤリング	6 8
3. 5. 1	新しい勤務形態と在宅勤務者サポート・データベース	
3. 5. 2	身障者にとっての在宅勤務者サポート・データベース	
3. 6	既存の商用電子ネットワーク内における在宅勤務の実態	7 4
3. 6. 1	ニフティサーブとは	
3. 6. 2	ネットにおける在宅勤務者の事例	

- 3. 6. 3 ネットにおける潜在的在宅勤務者
- 3. 6. 4 仮想オフィスに対する願望—バーチャルオフィスに関する電子会議から
- 3. 6. 5 商用ネットと在宅勤務の今後
- 3. 6. 6 まとめ

4. データベースの企画原案の 構築とその検証

- 4. 1 データベースの企画原案とアンケート質問項目----- 8 5
- 4. 2 アンケートの実施とその集計結果----- 9 7
- 4. 3 アンケート結果の分析----- 1 1 1
- 4. 4 学識経験者へのヒヤリング----- 1 1 4
 - 4. 4. 1 従来型マネジメントを超える発想と在宅勤務者サポート・データベース
 - 4. 4. 2 在宅勤務者サポート・データベース、その事業展開の可能性
 - 4. 4. 3 中小企業のニーズからみた在宅勤務者サポート・データベース

5. 最終企画案と事業化への方策

- 5. 1 在宅勤務者サポート・データベースの最終企画案----- 1 3 1
 - 5. 1. 1 システムの基本コンセプトと特徴
 - 5. 1. 2 事業組織と全体システムの構成
 - 5. 1. 3 データ内容の分類体系
- 5. 2 事業化への方策 ----- 1 4 3
 - 5. 2. 1 事業として成立させるためのアイデア
 - 5. 2. 2 事業化へのスケジュール

1. 概要と本報告書の構成

1. 1 概要

「在宅勤務」は、情報社会における特徴的な働き方になると予想されているが、日本の将来における、その普及の道筋が明確に示されているわけではない。「在宅勤務者サポート・データベース」は、就業者（ワーカー）の意識やニーズを踏まえたうえで、ワーカー側および在宅に適した仕事を有している企業や個人にとって、真に役立つデータベースとして構想されたものであり、それは情報社会の健全な発達をより促進させるデータベースとなると考えられる。

本構築調査では、上記のようなデータベースを成立させるための諸条件を、心理的側面、組織的側面、経済的側面、技術的側面という4側面より子細に検討し、また学識経験者からの意見聴取、アンケート調査の実施等の作業を通じて、問題点を整理したうえで、その解決策となる、データベース構築にあたっての最終企画案を作成した。

各検討部会で語られた内容は多岐にわたったが、もっとも代表的な課題という形で一言に要約すれば、以下のような点になる。

- ・ワーカー一人ひとりが意欲を持って関わり、成長し続けられる仕組みの創出
（ワーカーの側面にたって本データベースのあり方を検討した心理的側面検討部会では、ワーカーの成長をサポートする仕組み等を考察）
- ・在宅勤務者への継続的な仕事の流れの創出
（仕事を出す側の企業に焦点をあてた組織的側面検討部会では、いかにしたら在宅勤務者へ仕事が継続して流れるかを中心的に考察）
- ・データベース提供センターの役割の明確化と経営的に成立する仕組みの創出
（本データベースの提供がビジネスとして成立するか否かを論じた経済的側面検討部会では、企業とワーカーを結ぶ効果的な仕組みとデータベース提供センターの役割について考察）
- ・データベースのコンセプトをもっともよく具現化する技術・システムの選択
（技術的側面検討部会では、このデータベースに関わる各人にとって使いやすく、かつ本データベースのコンセプトをもっともよく体現する最適の技術やシステムについて考察）

最終企画案では、本データベースがあくまでも在宅勤務者側にたち、個々人のワーカーの成長と利益を優先したデータベースシステムであるということを確認したうえで、『自立共生型データベースシステム』という概念を提示、①分散型ネット、②パーソナルヒューマナイザー、③マルチメディア、④参画システムという特徴を備えたリレーショナル型

のオープンシステムを提案した。

データベース自体の中身は、＜雇用情報データ＞＜教育・研修データ＞＜ライフスタイル支援データ＞＜業務・管理データ＞＜研究・開発データ＞の5つの基本的なデータ部分からなり、TEXT系のデータとともに画像系データ、グラフィック系データも蓄積出来るように設計される。またそれに併設して会員のSIGコーナー等からなる＜交流コーナー＞が開設される。

事業化への方策としては、第1フェーズ（システム開発期）、第2フェーズ（地域ネット拡大期）、第3フェーズ（利潤還元期）での事業展開を考えており、約3年のうちに会員数を1万名にするための企画案としている。

1. 2 本報告書の構成

本書は、1章から5章までで構成される。第1章（1. 概要と本報告書の構成）は本報告書の概要と構成を記した章だが、それ以降の章では、ほぼ報告書作成にあたっての調査検討のプロセスをそのまま反映させる形の章構成となっている。

第2章（2. 在宅勤務者サポート・データベース構築の背景と意味）では、本データベースを構築することの意味を、とくに社会的な観点から記し、またこのデータベースの構築と事業化が日本の情報化の、よりよい進展のためにどのように寄与するかを記載した。

第3章（3. 構築にあたっての問題点の整理と解決への模索）では、データベース構築にあたっての問題点の洗いだしと整理のために設けた4つの側面からの検討部会での検討経過を示し、各側面からの問題点等の整理を行った。また、個別のテーマに関しての学識経験者の意見や専門家に依頼した内容の原稿を、併せて掲載した。とくに既存の商用電子ネットワークのなかで在宅勤務者がどう働いているかについての調査データは、在宅勤務者のニーズの高まりを示すものと言えよう。

第4章（4. データベースの企画原案の構築とその検証）は、3章での検討を踏まえたうえで、企画原案を作成し、それを主婦（ヤングミセス、ミセス、シニアミセス）、シニア層、ハンデキャップの方、フリーランス層、大学院生、計40名に見せてアンケート形式で意見を聴取、その結果を集計、分析した。また、企画原案を学識経験者に提示し、より詰めた形でのヒヤリングも行い、その結果を次章、最終企画案への参考とした。

第5章（5. 最終企画案と事業化への方策）では、それまでの討議、検討を踏まえたうえで、最終企画案を作成し、また事業化に対しての段階的な達成のビジョンを提示した。

2. 在宅勤務者サポート・データベース

構築の背景と意味

2. 1 在宅勤務者サポート・データベース構築の背景

2. 1. 1 アメリカにおける在宅勤務者の増加

アメリカで「在宅勤務」に相当する単語は数多い。「ホームワーク」をはじめとして、「エレクトロニック・コテージ」「ワークステイディング（自宅工場）」「ワーク・アット・ホーム」「フレックシブプレイス（フレックスタイムで働ける場所）」「テレワーキング」「テレコミュートイング」など様々な名称で呼ばれるが、これはそれだけ在宅勤務がアメリカにおいては定着してきたことの現れであるという。（注1）現在、アメリカでは約660万人のホームワーカーがいると推計され、またその数は年々増加の傾向をたどっているという。（注2）

アメリカの場合、とくに西海岸でこうした「テレワーキング」あるいは「ホームオフィス」化の傾向が顕著に現れているが、これは一つには通勤用の自家用車による排気ガス問題が切実な課題としてあり、行政機関も積極的にあと押しして、こうした流れを早めている。またアメリカではいわゆるアントレプレナーシップ（起業家意識）が高く、独立して自宅でビジネスを始めるといったパターンが多いということもホームオフィス増大の理由としてあげられる。

国土が広く、またマネジメントの仕方も日本とは異なるアメリカの実状を、日本にそのままあてはめることは出来ないが、現実的に在宅勤務化が急速に進んでいるという事実は、こうした働き方がわが国でも可能なのである、ということを示唆してはくれる。

いわゆる「職住近接」の働き方で、少人数が本社とは離れた自宅近辺のオフィスで働くという「サテライトオフィス勤務」にしても、日本の場合には、日本独特とも言える仕事のやり方がネックとなって、いま一つ普及していないという現状がある。少々極端に言えば「対面型の机配置で、常に上司と部下、同僚が顔を突き合わせていなければ、心配で仕事も出来ない」といった日本的な仕事の仕方を前提として考えれば、離れて仕事をするということ自体、まずは抵抗がある事柄なのである。

しかしながら、その一方で、在宅勤務を強く望んでいる層も多い。日本における在宅勤務を望む層を、主婦層、高齢者層、身障者層、フリーランスおよびその希望者層、大学院生層という形で分け、それぞれのニーズの在処を以下に述べる。

（注1）「ホームワーカー—オフィス勤務から在宅勤務へ」

（ウィリアム・アトキンソン著／㈱住信基礎研究所監訳 1989年 日経BP社）

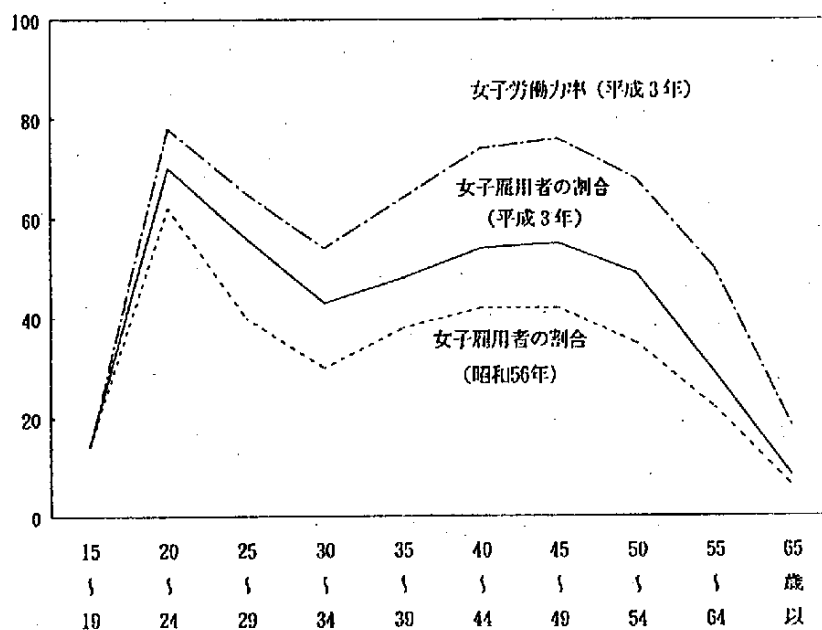
（注2）リンクリソース社（Link Resources Corp.）の調査による。

（「日経オフィス」1992年8月号 P.15）

2. 1. 2 主婦層の在宅勤務に対するニーズの在処

女性の「M字型」と呼ばれる就業曲線の形はよく話題となるが、20才代の後半から女性の就業率が低くなり、また30代の半ばから就業率が高まるという現象は、日本においてのみ顕著にみられる事柄である。（図2-1参照）女性にとっては、家庭に入ることイコール仕事を辞めること、といった事実が現在の日本においては認められる。しかしながらそうした現実とは別に、彼女達の多くが、意識としては働き続けたいという願望を持っていることも、また各種の調査データが示すところである。（注3）

女性が働き続けることのモチベーションとなる要素は、社会にかかわり続け社会参加したいという意識上の要因、収入を得たいという経済上の要因などがあげられるが、現状では、女性達のそうしたニーズを充たすような制度は残念ながら確立されてはいない。育児休暇制度を長期化すればいい、といった意見もあるが、育児をしながらでも働ける制度が望まれているという声も高い。子供のそばにいつつ在宅で仕事ができることを理想として考えている主婦層も多いのである。また、最近とくに顕在化してきたものに、寝たきり老人などの被介護者を家庭に抱えた場合、とくに主婦層に過度の負担がのしかかってくるという問題がある。こうした家庭の事情を背負い込んでしまった場合、仕事を続けることは、現状では極めて困難となるが、ここでも在宅勤務の発想を取り入れれば、状況が好転するということも考えられる。在宅勤務へのニーズは、まずは主婦層の間にかかなりの度合で見られるということが分かる。



資料出所 総務庁統計局「労働力調査」

注) 雇用者の割合 = $\frac{\text{当該年齢の雇用者}}{\text{当該年齢人口}} \times 100$

図2-1 年齢階級別女子雇用者の割合

(注3) 「コミュニティミセスのワーキングマインド調査」

(志木サテライトオフィス／PIサポート研究所 1990年 私家版) 他。

2. 1. 3 高齢者層の在宅勤務に対するニーズの在処

退職後の高齢者層にとっては、自分に合った働き口を見いだすことはなかなか難しいが、それまでに培ってきた専門職能を活かせるような仕事が在宅で出来れば、と考える層は多い。現在も高齢者事業団等の組織を通じて、高齢者・退職者の仕事を斡旋する機関はあるが、ほとんどの場合、単純な肉体労働といった形のもが多く、とくにそれまで知的業務についていた人材にとっては不本意な場合が多い。

「職住近接」をうたった志木サテライトオフィスの実験のなかでも、高齢者に対してサテライトオフィスで仕事をしませんかとのアプローチを行ったところ、そこそこの反応があり、退職者層の様々なニーズの在処が理解出来た。「名刺がなくなり不安である」とこぼしていた元商社重役、「毎日が日曜日で、公的な市民大学等にも参加してみたが1年程でそれにも飽きてしまった」と発言する大手企業の元総務課長など、退職までに行っていたホワイトカラー的な職種を求めている層が確実に存在するという感触がつかめている。

高齢者の場合、一般的に言われるように、新しい事柄に対しての対応性が芳しくないといった傾向は確かにあると思われるが、行き場がなく蓄積されているエネルギーが膨大なものに上るということは確実に言えるのである。

2. 1. 4 身障者層の在宅勤務に対するニーズの在処

身障者層に関しては、本文中にも、身障者に対してのコンピュータ教育を行っておられる成田博士へのヒヤリング内容が掲載されているが、在宅で仕事が出来れば、と思っている層が確実に数多く存在する。

一口に身障者層と言っても、重度の障害を持つ者から軽度のものまで、その実態は千差万別であるが、通信機器や特殊な各種OA機器類の発達によって、多くの障害者がコンピュータ等を使いこなせるように現在になっている。

そうしたなかで、彼らの在宅勤務へのニーズは高いが、また同時に、身障者本人ばかりでなく、その家族にとってもそのニーズは大きなものであるという。身障者層が仕事をするという体験の中で、身障者本人が自立心をさらに養うようになると共に、家族の成員もある種の自信を持つようになる。

現在、身障者に対してのOA系の教育を行うような施設がいくつか出来てきているが、

そこで習得したことを活かせる場として、「在宅勤務者サポート・データベース」が有効に機能することが求められているようである。

2. 1. 5 フリーランス層およびその予備軍の在宅勤務に対するニーズの在処

いわゆるフリーランスワーカーとして、仕事をしている層には、すでに在宅勤務をしているものは多いが、こうした層が望んでいるのは、在宅勤務をする際の、より具体的、実践的な情報の獲得であり、また営業機会の増大である。

より実践的な情報とは、例えば在宅勤務に向けた通信機器や機能的でコンパクトな机の商品名であったり、家族とどう接していくかといったノウハウであったりする。

営業機会の増大とは、とりもなおさず仕事を得るということである。もし「在宅勤務者サポート・データベース」が一種の営業サポートとして機能するのであれば、既存のフリーランス層は、喜んでこのデータベースに登録し、また繰り返しアクセスしてくれるであろう。

一方、現在は企業に通勤するサラリーマンであるが、将来は独立したいと思っている層は多い。調査結果では「機会があれば独立したいですか」という質問にイエスと答えるサラリーマンは常に全体の3、4割には達する。(注4)

現在のような不況下の日本においては、アメリカに見られるように、起業家意識が高く、独立して会社を起こそうという層は、必ずしも増加しているわけではないが、しかし潜在的には、独立したいという層がかなりいることは事実であり、経済状況等が許せばアントレプレナー(起業家)の数が増えることは容易に予想出来る。起業家が皆、在宅で事業を始めるわけではないが、有名なビッグ企業のなかにも、自宅の一室からその歴史が始まったという企業は数多い。フリーランスあるいは独立希望者層にとって、在宅勤務のニーズはかなり高いということが出来よう。

また、起業する人材が減るということ自体は、日本の長期的な産業の進展に目を向ければ、けっして望ましい傾向ではないわけで、ここは公的な支援策が求められる分野でもある。

(注4) 「葛西産業拠点/アントレプレナー発掘のための調査報告書」

(東京都労働経済局 1992年) 他。

2. 1. 6 大学院生層の在宅勤務に対するニーズの在処

学生層のなかでも大学院生は、それぞれ専門性を有しており、高度な業務をこなす際に期待される戦力となりうる可能性を秘めている。とくにオーバードクターと言われるような層では、経済的な要因もからみ、自らの専門性を活かし、かつ報酬が得られるといった話があればすぐに反応するということが十分に予想出来る。その意味で在宅勤務に関してのニーズはかなり高い層なのではないかと推察出来る。

2. 2 在宅勤務者サポート・データベースの意味と果たす役割

2. 2. 1 ワーカーのニーズを充たし企業の要請に応える役割

主婦層、高齢者層、身障者層、フリーランスおよびその希望者層、大学院生層という各層に関して、在宅勤務に対してのニーズが高いということを述べてきたが、「在宅勤務者サポート・データベース」を構築することは、まずはそうした各層のニーズに応えるという役割を担うものであると言える。

通信機器が発達した現在においては、在宅勤務は物理的には十分可能になっていると言えるのであるが、在宅勤務の普及を占う鍵は、日本型の従来からのマネジメントの仕方にあるのではないかと考えられる。上司からみて、部下が近くにいないと仕事をしているように思えない、また部下にしっかりと到達目標を示したうえで切り分けた仕事の指示をすることが出来ず、「あうんの呼吸」で何とか仕事をこなそうとする姿勢では、在宅勤務者を増やし、育てていくことは難しいとも思われてくる。

しかし現在は、各企業とも、ホワイトカラーの知的生産性についての議論が声高に語られるようになってきており、今までのような曖昧な形でのマネジメントの仕方では企業間競争に対応しきれなくなっているのも、また事実である。

いかに企業自体をスリム化し、外注化も効果的に用いて、効率よく企業を運営していくのかといったノウハウが、いままさに求められているとも言えるのである。

そうした状況を考えれば、先に述べた各層のニーズを充すような形での企業側からの業務の発注依頼が、今後増加していくという将来像を描くことは不可能ではない。

「在宅勤務者サポート・データベース」を構築し、ワーカー側の各層の切実なニーズに答えていくだけでなく、それが同時に企業側の要請にも応えていくことになるという、相互にメリットを享受出来るような形を創り出すことが、ここで求められていることである。

「在宅勤務者サポート・データベース」は単にワーカー各層にとってのものであるだけでなく、企業のニーズに応え、またそれが日本の経済活動のよりよい発展を導く一方策となるともとらえられるのである。

2. 2. 2 分散型就業形態による一極集中の是正

「在宅勤務者サポート・データベース」が構築され、十全に機能するようになれば、在宅勤務者は、どこでも仕事をする事が出来るようになる、と考えられる。もちろん、細かな打ち合わせ等、顔を合わせて行わなければならないものも残るであろうが、基本的

なコミュニケーション手段が通信回線を用いたものになれば、理論的には、どこでも業務を遂行することが出来るようになるのである。

これは、分散型オフィスといった言葉でも語られる、サテライトオフィスに代表されるような就業形態のオフィスが追い求めてきた、一極集中の是正に対しての有効な支援策となるものである。

「在宅勤務者サポート・データベース」に登録し、仕事を得られることで、自らの出身地である過疎の村に帰れる（Uターン）ということも可能になるであろうし、また会社の所在地に縛られることなく、自由に居住の地を定めて住むということが具現化する。

Uターンだけでなく、JターンやIターンといった現象もさらに加速化され、なかには「半農半情」といった形で、農業をやりつつ情報産業に身を委ねるといったこともより具体化してくるに違いない。

必ずしも「在宅勤務者サポート・データベース」が、上記のような点を意図し、強調して構想されたものではないが、構想のような形で、このデータベースが機能すれば、結果として、一極集中が是正されるような形で、いろいろな動きが現れてくるであろうと思われるのである。

2. 3 在宅勤務者サポート・データベースにおける 在宅勤務者の範囲

在宅勤務者には二つのタイプがある。一つは、企業に属した上で、在宅勤務を行うというパターンであり、この場合には一社員の勤務場所が、たまたま自宅であるということが言える。こうした勤務形態は、「テレコミュティング」（電子通勤）とも言われる。日本でも、このような形態は行われており、また通産省や日本サテライトオフィス協会といった機関でも、こうした勤務形態に関しての研究が行われている（注5）が、まだ企業内で一般化している就業形態というには程遠い。

一方、もう一つの在宅勤務の形態は、企業に属せずに、在宅勤務を行うという形態であり、この場合には「テレコミュティング」という言葉はあてはまらない。企業から仕事を請け負うことはあるが、企業に社員として常勤雇用されているわけではない。こうした就業形態は、現在でもフリーランスマン（フリーランス）の間で広く行われている形態であるが、積極的に「ホームオフィス」としてとらえられているわけではなく、仕方なく選択している働き方といった消極的なとらえられ方が一般的であろう。

ここで、「在宅勤務者サポート・データベース」を構想するにあたっては、上記の二つの在宅勤務者（ホームワーカー）のうちの後者を主たる対象として、まずは考えることとした。フリーランス的に働く人材がワーカーとして登録し、業務の外注化のニーズを持っている企業と結び付けることを考えるのが、まずは第一の眼目であった。その意味で、さしあたって、企業内に常勤雇用されたうえで、在宅勤務を行うワーカーは、本報告書で扱う在宅勤務者の範囲外とした。本報告書でも第4章の企画原案の作成までは、主としてフリーワーカー的な在宅勤務者のみを対象としての検討を行っている。

しかしながら、ワーカー側にたって考えれば、在宅勤務によって、より安定的な収入を得るためには、常勤雇用となったうえで在宅勤務を行った方がいいという発想も当然出てくる。「在宅勤務者サポート・データベース」によって、在宅勤務者に仕事が発生し、その縁でフリーランスマンが常勤の被雇用者となり、今度は同様の在宅勤務でも「テレコミュティング」（電子通勤）を行うようになる、といったことも可能性としてはありうる。また、企業側にも常勤ワーカーを雇用したい、というニーズがあることも十分に考えられる。本報告書の、ワーカーへのアンケート結果等も踏まえた最終段階の企画（第5章）では、正規社員として雇用される在宅勤務者（テレコミュター）までも視野に入れた形での企画案としている。

また、すでに企業に常勤で雇用されているサラリーマン等が、「在宅勤務者サポート・データベース」に登録し、企業での業務とは別に、アフターファイブや土・日曜に在宅勤務者としての動きをするといったようなパターンも考えられるが、この場合には、アフタ

ーファイブや土日の動きの部分をさして在宅勤務者と言うこととする。

(注5) 「分散型オフィス調査報告書」

(財団法人日本立地センター／分散型オフィス推進委員会 1992年)

「遠隔情報通信研究会報告書」

(日本サテライトオフィス協会 1992年) 他。

3. 構築にあたっての

問題点の整理と解決への模索

本調査研究の目的と意図をうけて、4つの検討部会を持った。

〈心理的側面検討部会〉〈組織的側面検討部会〉〈経済的側面検討部会〉〈技術的側面検討部会〉の4検討部会である。

以下は、それぞれの検討部会の役割の説明と、その中で語られた問題点を整理したものである。

3. 1 心理的側面検討部会における問題点の整理

在宅勤務を行うワーカーに視点をあて、とくに在宅で仕事をする際の、ワーカーの心理的な面からの検討を行うのが、この部会の役割である。実際に在宅勤務者データベースが立ち上がった際には、そこに登録すると予想される人材や、そうした人材の側から発言出来る方に委員をお願いし、検討を行った。主たる検討課題は以下のような点であった。

- ・在宅勤務者のメインとなる対象者についてどう考えたらいいか
- ・在宅勤務を行うにあたっての心理的な不安や不満をどう解消していくか
- ・ワーカー個人のセキュリティをどう考えるか
- ・在宅勤務者のサポートとしての能力検定や研修制度のあり方
- ・在宅勤務者のネットワーク作りと交流
- ・データベースを作るにあたっての登録予想者の意見の収集をどうするか

3. 1. 1 在宅勤務者の主たる対象

特定のパソコンの操作が出来る人、またそれを使ってプランニング等の出来る人や、能力・技術はあっても、人との折衝が苦手というようなデザイナー等。他に高齢者、退職者の『シニア』層。つまり、漠然と在宅勤務者とするよりも、ある程度の枠の中で対象者を絞りこもうという意見がまず出た。対象者の絞りこみでは、既存の資格を有している者について、という形もあるが、例えば新しい分野としての「マルチメディア」関連の技術を有した者を対象とする、といったことも検討された。

一方で、専門職的でない、内職的な仕事を希望している一般的な主婦ワーカーも対象に組み入れるべき、という意見もあり、出来るだけ幅広く対象者を考えるということが、本調査の意図するところでもあるので、十分に技量がない人材に関しては、後に述べるような一種の研修制度が必要との意見も出た。

3. 1. 2 在宅勤務にあたっての心理的な不安や不満の解消

料金体系についての不満、不安に関しては、ワーカーの技量が一定のラインに達した時点で、そのレベルに応じた仕事を紹介、料金はそのレベル相応の形で支払われるものとする、といったことで公平さを図ることが検討された。

さらに、仕事が継続されないことからくる暮らし向きの不安も語られた。これについては本人の実力、努力に負うところ大といった意見であったが、ワーカーと企業の間立つデータベース運営企業のあり方が問われるところでもあるという考えも示された。

十分に技量がないワーカーがかかえる不安としては、自分に出来る仕事はあるのか、あったとしても企業サイドのニーズに適っただけの技量があるか、といったことが予想されるとして検討された。これについても、研修、講習、さらには検定制度や専門的なスクールの設置で対応したらどうかという形で話し合われた。

データベースを通しての仕事ということで、人とのコミュニケーション不足からくる欲求不満も大いに考えられるという意見も出た。これには技術面での研修、講習とは別な意味を持ったセミナー等の開催の有効性が語られた。このセミナーは、自分の仕事が社会にとって大きな意義を持つものであるといったことを認識させる場であると同時に、参加者との情報交換、コミュニケーションの場にもなり、孤独感、閉塞感の解消にもつながるのではないかということが話し合われた。

「自分がどんな仕事をしているのかが見えにくい（仕事の全体像が見えない）」ということからくる不安、不満についても語られ、登録するワーカーが自分の関わっている仕事の全体像が把握出来、『1年後の自分が見える』状況を作ることの大切さを強調する意見が出された。

3. 1. 3 個人のセキュリティ

性別、経歴、専門分野、これまでの実績等は出来るだけ詳細にデータベース上にのせるが、氏名等は記載せず、登録者に番号をつけることで、個人のセキュリティを守るという提案があった。

自分の情報を知られたくないと同時に、DMの対象者として利用されたくないという意見もあった。

3. 1. 4 能力の開発や研修制度のあり方

検定によって能力を客観的に判断出来るのは、在宅勤務者、また仕事を発注する企業双方にとってメリットが大きい、ということでは一致をみた。ただ、立ち上げのためのコスト面やデザイン関係の評価等の困難さが今後の課題になるだろうという意見が出た。

在宅勤務者にとっての講習や研修は、とくに主婦在宅勤務者を中心にその必要性が語られた。従来のパート的発想の働き方では企業側としても何の期待するものもない。キャリアのあるプロ志向の在宅勤務者がのぞまれているという認識のもと、講習・研修や検定の有効性が支持された。ただ、有料の受講であってもよいから、受講後に具体的に仕事に結びつくことがのぞましいという意見が出た。

また、これら研修等は一時仕事から離れていた主婦にとっては、仕事に入る前の不安要因の解消のためにも有効な策になる、ということであった。

3. 1. 5 在宅勤務者のネットワーク作りと交流

ネットワークを作ることによって仕事の回し合いが可能になり、生活の安定を図ることが可能ではないか、という意見が出た。

主婦のネットワーク販売の強固さに話が及び、データベース上の企業ベースのネットワーク作りの可能性が語られた。

また、ネットワークの中で、教える、教えられるの関係も持ち得るということで、スキルアップにつながるという考えも出された。

3. 1. 6 データベース作成にあたっての意見の収集

この部会がワーカー自身に視点をあてて諸問題を検討していくという役割を担っていることから、広汎に意見の収集を図ることで意見が一致し、アンケート、ヒヤリングを実施検討課題とした。

第 1 回・心理的側面検討部会議事録

〈日時〉平成4年9月11日(金) 14:30~16:30

〈場所〉志木サテライトオフィス

〈出席者〉◇尾川 丈一 ◇遠藤 慧子 ◇落野 圭子 ◇古川 豊 ◇匠 英一 ◇柴田 郁夫

◇何を対象としたデータベースか

・焦点をぼかさないため、今回は対象を2つに絞って考えてみたらどうだろうか。

1つは、特定のパソコンの操作が出来る人、例えばマッキントッシュというコンピュータ、それを使ってプランニング等の仕事をしている人、つまり『マック使い』を対象としたデータベース。

もう1つは、高齢者、退職者のうちでホームワーク出来る人、つまり『シニア』対象のデータベース。

このような絞り込みをしてデータベースを考えていったらどうかと思っている。例えば『マック使いのデータベース』をA社が作ると考えた場合、次のように考えられる。

①個人の側は、氏名を記載せず001.002のような数字で表し、性別、経歴等出来るだけ詳しいデータを登録する。

②マッキントッシュを使いこなせる人をほしい企業は、会費を払って会員となり、自由にこのデータベースをみて、ほしい人材の番号をA社に申し出る。

③A社がその人を紹介する。

この場合A社が人材派遣業なら企業は心配しないが、そうでなければ信用度は低い。人材をコーディネートしマネージする役割をその分野の専門家が集っているネットワークとリンクすれば、より強固なものにしていけると思う。

もとの発想は以上のようなものであるが、これを修正することでビジネスとして成り立つデータベース作りを目指したい。

・デザイン関係者には人との折衝が苦手という人が多いから、通信機器を使用して仕事が出来れば、歓迎されるだろう。

・どうしてマッキントッシュを使える人に限定してみようとしているのか。

・知人の話などから、企業が『マック使い』を求めていると聞いたから、この種のデータベースならビジネスとして成り立つだろうと思っていること。

・マッキントッシュはデザイナーなどのほとんどが使っている機種。そのネットワークも多くある。ただしデザイナーなどは個人で企業とつながりを持っている場合が多いので、データベースに登録する可能性は少ない。企業では、マッキントッシュで事務計算の出来る人が不足しており、要望されている。

・確かに、ある出版社でマッキントッシュのソフトの販売を始めたところ非常によく質問が寄せられ、対応していると聞いている。

・マッキントッシュが使いこなせる人とか、シニア対象とかに絞ると、多くの主婦には無縁のデータベースとなってしまう。当然、通産省が目指しているデータベースともかけ離れてしまうのではあるまいか。

・勿論主婦が登録出来るデータベースという点も重視したいが、あまりにも漠然としたものより、ある程度ワクがあった方が、利用する人にとっても関わりやすいと思う。ここ志木サテライトオフィスでも、多くの仕事をしたい主婦が人材登録をしているが、大部分は「何でもいから仕事をさせてほしい」という主婦で、技術があり能力がある主婦はわずかと云ってもよい。すべてをまとめてしまうのではなく、ある程度ビジョンを示したほうがホームワークしたい人にとっても登録しやすいだろう。

・ある程度絞った方が、登録の目的がはっきりしてよいと思う。

・『マック使い』と限定せず、『マルチメディアワーカー』という範囲でデータベース作りを考えていったらどうか。ワープロその他も含まれ対象がずっと増える。

◇ワーカーと企業双方から求められる仕組み作り

・東京一極集中という大問題を是正するためにも、自分が都合のよい土地で中央と隔絶されることなく仕事出来る仕組みとしてサテライトオフィスを推進してきた。電話、ファクス、宅急便等を駆使して、遠隔地でも仕事出来る人材派遣業ではない仕組みを作りたいと思っている。

・在宅勤務者にとっては仕事の受注交渉を機械と電子メールですませられるのはありがたい。データベースとコーディネーターとが専門分野や能力の把握をして中継し、最終的には個人と企業との話し合いで仕事の契約を成立させるというパターンではどうだろうか。

・考えられるサービスのタイプとしては、次のようなものがある。

①登録企業とワーカーをダイレクトにつなぐためのサポート。単に両者を紹介するだけ。

②企業とワーカーとの間に立ち、マネージする。他のマネージ会社をも登録しておき、自社でまかなえない場合はそこを紹介する。

・きちんとした仕組みを作りさえすれば、需要と供給はあると思う。小さなグループの中に入ると、ID操作で気楽に仕事出来るのは魅力だ。個人と企業のダイレクトなやりとりでは、雇用条件など細かい点の交渉はなかなか難しい。

・個人のデータ内容は、時間がたつとどんどん変わっていく。データベースの内容がそれに対応していくのは難しい。企業と個人が電子メールの中にフォーマットを作っておいて即、対応出来る形にしておけば面倒なこともない。

・どうしたら個人が登録したくなるようなデータベースが作れるか。初心者指導するなどさまざまな形で、登録した人を技術の向上の面からも精神面からもサポートしてあげられるデータベースとはどんなものかを考える必要がある。

・データベースの作り方が重要だ。人材派遣業に関わった経験からいうと、このようにデータを提供するシステムは紹介業に近いもので、企業に対して責任を持って人材をマネージして出すという人材派遣業とは別のものである。紹介業なら、『民間職業紹介業』の資格が必要だ。

・新しい登録者が先輩ワーカーの仕事ぶりを見て目標としていけるような仕組み、また仕事の指導や精神面のアドバイスなども簡単に出来るシステムが組み込まれている仕組みを考えていきたい。

・企業が提示する仕事に対し、働く側は数人でシェアを組んで取り組みたいという場合もある。そのようなケースにも応じられる仕組みであってほしい。

・メディアのよいところを活かして、容姿で差別されるなど女性差別がないような仕組みにしたい。

・ある程度の量があるデータベースでないと売れない。

◇ワーカーのセキュリティ等に関する問題点の抽出

・心理的側面検討部会ということで、ここではセキュリティの問題や課金・配金システムという点に焦点をあてるとどんな点に注意していったらよいかを考えたい。

・例えば「コンピュータを使っての学術調査をしたい、ついでには統計と医学に明るく、しかもコンピュータが使いこなせる人がほしい」という要望があった場合、データベースに細かく分類された個人の情報が入っていれば、即応出来る。能力のある人の把握が出来るといった価値はある。

しかしまたデータベースに登録する個人の側から言えば、自分の情報を知られたくない場合もあるし、DMの対象として利用されるのはいやだという不安も起きるだろう。

・企業としては、引きやすいデータベースであること、個人の経歴・過去の仕事・専門分野など、細分化した項目があることが魅力だろう。

・登録者側からみれば、セキュリティと、仕事に来るかどうかの問題だろう。

・すでにある特定の商用データベースとSIGを作って、そこを検索することで、ワーカー側が企業側の情報を得ることも可能なシステムを当面はやってみたらどうか。例えば自分が仕事するのを知られたくない相手をチェックしたり、仕事する企業がどういう人と絡んでいるかが分かるような。

・企業の側からみれば、誰がどのくらい仕事出来るかということを知りたいわけだ。仕事したい主婦などを研修して、レベルなどランクづけをし、企業に派遣することも出来る。ただし、仕事の内容や保証などまで責任を持つことになる大変だが。

・むしろ紹介業に徹して、個人と企業がアクセス出来る仕組みを提供し、必要ならマネージする会社を紹介するだけにしたいほうが簡単ではないか。

・データはある程度データバンクに入っているから、それでよい。電子メール上で個人と企業がアクセス出来るようなフォーマットが入ったシステムを作ればよい。

◇予想されるワーカーの不安、不満に関する問題点の提示

・ワーカーが不満を持つのは、料金の支払いについてなのではないか。ワーカーのレベルや資格、技量に合った形で示さないと、不公平感が増してくるのではないか。

- ・データベースに登録はしたものの、仕事が継続してこないというのでは、ワーカーとしては困る。
- ・仕事が継続されるかどうかというのは、本人の努力次第だ。努力して実力さえつければ、仕事はついてくる。
- ・ただ、データベースを運営する企業の努力もおおに関係するのではないか。
- ・主婦のワーカーなどは仕事から一旦離れていたという不安も大きいと思う。データベースには登録しようと思っても、自分に出来る仕事はあるのか、技量的に不十分で企業が考えているものとは遠く隔たりがあるのでは、といった不安を持つワーカーはたくさんいると思う。
- ・何か教育機関があって、技量をつけたり、技量アップを図ったりということが出来ればいい。講習や研修が大事だ。
- ・データベースを通しての仕事は、嫌な上司の下で働く必要がないといったメリットもあるが、どうしても孤独な作業になりがちだ。なにか人とのコミュニケーションを持たせる機会を作るようにもっていかないと、仕事に行き詰まりを感じた時などは解決のしようがない。
- ・データベース上での交流だけでなく、セミナーでもパーティーでも直接集まる機会を多く作る必要があると思う。この集まりは、技術を磨く講習や研修とは違った性格のものにすべきで、もっぱら精神面のケアをするものとして位置づけたい。

◇検定制度和講習カリキュラムの可能性の検討

- ・一般の主婦から言えば、パソコンに限らず簡単な仕事も登録出来るようにしてほしい。家事や育児で埋もれてしまった主婦の能力や、シニアの経験豊富な力を活用するの、時代のニーズである。
- ・講習会を開いて、研修を受けた主婦を登録するというような方法ではどうか。今は出来ないが講習を受けてから仕事をしたいという主婦なども集まれるシステムがよい。
- ・研修を経れば仕事出来るようになるというのが今の主婦の考え方。今の主婦はそのための資金はある程度出せる。
- ・そのような試みはここ志木サテライトオフィスですでにやってきた。しかし、主婦の仕事に対する認識と企業から要求される水準のギャップなどあり、実態はそう甘いものではない。志木サテライトオフィスで、ランキング判定の検定制度和講習カリキュラムの2つは作りたいと考えている。
- ・検定によって能力を客観的に認めることは、雇用する側にもされる側にもメリットがある。とくにマルチメディアのニーズは高まっているので、能力の評価を作ることは必要だ。
- ・お国がかりの検定制制度ではなく、さしあたって会社単位で能力をランクづけ出来る検定でよい。成功した人の事例をみると他の登録者の励みにもなる。
- ・デザイン関係では評価の制度はない。しかし、個人の作品がデータベース上でも一目で検索出来るという利点がある。

◇アンケート調査やヒヤリング調査で広汎な声の収集を

- ・これからこの部会で検討していくことは、
 - ①ワーカー側の視点で『何がワーカーの魅力になるか』
何をデータベースに入れたらよいか。企業との関わり方やセキュリティの問題、講習体系、ランキングのことなど。
 - ②『そのデータベースの魅力を、どのようにしてワーカーに伝え集まってもらえるか』
協会に働きかけるとか、広告の方法などアピールの仕方について検討していく。
- ・アンケート調査やグループインタビューなどをして、ワーカー側の仕事に関する不満について聞いたらどうだろうか。
- ・ヒヤリング調査もこの部会でしていく。企業の担当者へのヒヤリング、また単なる人材派遣業ではない仕組みを考えたいので、人材派遣業で働いている人のヒヤリングなどを対象に。
- ・ヒヤリング調査は問題点をみつけるのに効果的な調査と言える。本音で言える人に少人数で集まってもらい話を聞き、その中から特定の人に深く調査をしていく。
- ・いくつかのグループ別に実施したらよい。人材派遣業で働いている人、パソコン関係の人、ワープロ程度が使える人、20代のフリーワーカー、デザイン関係者、ある程度の学歴があるシニア層、というように。

第2回・心理的側面検討部会議事録

〈日時〉平成4年10月30日(金) 16:00~18:00

〈場所〉志木サテライトオフィス

〈出席者〉◇尾川 丈一 ◇落野 圭子 ◇遠藤 慧子 ◇武田 千香恵 ◇匠 英一 ◇柴田 郁夫

◇ホームワーカーのスキルアップと能力検定、研修制度

・これまでこの委員会に出席した委員の皆さんは、知的レベルの高い仕事をしている人が多く、コンサルタント的な仕事をしている人や自身で会社組織を起こして仕事をしている人なども含まれている。企業にとってはむしろそのような能力の高い人材を何らかの形で受け入れたい希望が高いのではないかと。とくに不況の時代には、在宅で細かい仕事をこなすワーカーの需要は少なく、クリエイティビティの高い仕事をこなせる能力が求められていると思う。

・コスト面などで能力検定を立ち上げるのは大変なことだ。この心理的側面検討部会はワーカー側の立場で考えたいので、ワーカーが検定制度をどう評価し受け入れてくれるのかを探っていきたい。

・検定制度では、デザイン関係などの人の能力をどう評価するのがとても難しい。

・企業のニーズに合わせた研修と検定制度は主婦の要求にも合うものと思う。

・私がこの志木サテライトオフィスで試みてきた仕組みも、同じような発想から始めたものだ。現在500人の主婦が在宅の仕事をしたいと登録しているが、その多くは力量としても企業に売るには不十分で、企業からも次第に評価されなくなってしまった。いまでは『主婦』をうたい文句にするのは止めている。

・確かに、一旦家庭に入ってしまうと、仕事に対する姿勢も違ってしまうのは否めないかも知れない。まして、企業が仕事を外注する際には、企業内部の人よりももっと力のある人を求めている。

・自分に出来る仕事をこのネットワークの中でみつけて関わっていく。プロの集団と素人の集団とを含んだネットワークにして、企業から仕事をとる他に、プロから素人に講習もしていくといった形の講習もある。

・しかし、主婦は自身がプロのレベルになれないと分かると、即不満を持ち、集団から抜けていってしまう。授業料を払っても仕事が貰えないと分かると不満を募らせる。

・個人レベルで教えるというのも、双方にとって不安である。

・教える側と教えられる側という上下関係ではなく、むしろワーカーとしての喜びや魅力を感じる働き方、仕事を通しての成長という角度からとらえれば、研修制度も作りやすいのではないかと。主婦を代表とする女性のホームワーカーを男性的働き方に近づけるのではなく、女性のよさを生かしていくという発想で進めた方がよい。女性の方が趣味は豊かなので、趣味を活かして仕事につなげられればとてもよい。

・『I'm Personal College』では、週1日、1日3時間(昼間)の通学で1年で卒業するシステム。授業料は1カ月2万円。皆、仕事をしたいと意欲的に通学している。私はそこでネットワークを得られた。今では、その主婦のネットワークを企業につなぐこともしている。

・『I'm Personal College』は青山にある学校。かなり遠方から、時間とお金をかけて通学している。そのくらい意欲のある主婦でないと、本当に仕事に取り組む力は期待出来ない。単にその方法を電子ネットで試みようとしても難しいのではないかと。

・あえてハードルを高くしてみるのも効果的かもしれない。会費をある程度高くするとかパソコンを使えるのが前提とか。また全国規模で考え、地方に住んでいる意欲のある優秀な人を対象にしていこう。

・今の経済システムは若い人が都心に出て働く形で動いている。現実には地域にはあまり仕事がないし、主婦が都心に出て働くのは難しい。都心の賃金相場で主婦を派遣することも出来ない。ここ志木サテライトオフィスでの主婦の働き方を考えても、スキルが常に向上している主婦は少ないのではないかと。例えば最高値を20として、0から5のレベルに達した人は多いだろうが、5から10に、10から15に至った主婦はどのくらいいるだろうか。企業は初めは5レベルの仕事を発注して来るだろうが、次第に10や15レベルのものを要求してくる。それに応えられなければ企業の信用は得られない。ネットワークのみで仕事を流した場合、ワーカーの力量までは把握しきれない。

◇ホームワーカーとしての主婦ホームワーカーの問題点

・ホームワーカーとしての主婦への評価は一時は高まったが、今はまた下火になったのではないかと。どこに問題があったのだろうか。

・それまで家庭にいた主婦がこぞって外に出ようという気運が高まった時代があった。その時たまたま能力のある主婦が目立って、主婦全体の評価が上がったのだが、それがごく一部の主婦に過ぎないということが分かってしまったということだろう。むしろ主婦を十把一からげにする発想がおかしく、主婦としてでなく一人のワーカーとして考えるべきではないか。

・今、私は湘南で地元の主婦に仕事をしてもらっているが、主婦にとっては本当に仕事があるかどうかが重大な関心事だ。今議論しているネットワークについてでも、そこに入れば確実に仕事が貰えるという確実な保証がなければ主婦は魅力を感じないだろう。こういう企業のこういう仕事の時給どのくらいで、というくらい具体的でない。

・『I'm Personal College』では、コース別に研修をし、卒業生には『I'mクラブ』を通して企業への人材派遣をしている。そこを通して実際に仕事をしている卒業生の話なども安心材料となっている。

・クリエイティブな仕事をしたい主婦もいるだろうが、多くの主婦は若い時の職場での経験を活かした事務的な仕事を、しかも個性に合わせてしたいと希望している。それを企業側のニーズとつなげるのはとても難しい。

・簡単なものでもよいから必ず仕事があるというのが、主婦をひきつける条件だ。

◇主婦や高齢者も働けるデータベース作りを

・25～30代前半のキャリアのある若手主婦には仕事の需要もあると聞いている。

・その年代の主婦はまだ子育ての初期にあり仕事をこなしていくのは難しい。むしろもっと高齢の主婦を対象に考えていくことが、これからの高齢化社会に向けて必要ではないか。このプロジェクトでも普通的主婦や高齢者が働ける仕組みを考えていくべきだ。

・主婦のパートの仕事という発想ではなく、プロまたはプロ志向のワーカーを企業は期待しているのだから、もっとキャリアのある人、仕事に意欲的な人を集めて、それらのワーカーを研修・検定の制度により、仕事力をより高め、企業に信頼される組織にしていくのが、生き延びるための現実路線と言わざるをえない。

しかしまた一方では、一般の主婦が、研修や仕事の体験を通じて生き生きと育っていくのが、私がここを始めた目的だったわけで、その理念をも盛り込んでデータベースを考えていきたいという夢はある。

おもてでは企業に受け入れられるビジネスをしながら、うらでは、現在の企業の制度によって歪められてきたものを考え直すような試みがしていければいいと思う。

・我々、女性には企業戦士によって社会の弊害がたくさん作られてきたという思いがある。私達はまず子供と家庭を一番と考え、その余力で仕事をしていきたい。

今まで『できる女たち』は男と同じ発想で仕事をしてきたため、家庭が築けなかったケースもある。収入が減ってもよいから、もっと人間らしい生活をしていこうではないか。そのように社会を変えていくステップとして期待したい。

・それが実現したら素晴らしいと、多くの女性は思っている。ホームワークでよい仕事が出来、異業種交流の場も得られ、一極集中の害もなくなるだろう。男性でもそのようなワークスタイルを望んでいる人は多いようだ。

◇ホームワーカーのネットワーク作りの意義

・ここ志木サテライトオフィスの組織をもっと知ってもらい、活用していく必要がある。ワーカーが働く母体としての、『場』、人が集まれる『場』として認められ、異業種にも結びつくのではないか。

・現実に視点を絞ると、企業体としては仕事をこなしビジネスとして成り立たせていかなければならない。理想はもちろん大切にしたいが、不況になれば仕事の流れでこないような仕組みでは永続していけない。そこで、自分達で仕事を起こしていくという発想も可能ではないか。田舎に帰って農業の傍ら好きな仕事をしていきたい人が、同じような生き方をしている先達にコンサルタント・フィーを払って指導してもらうというような形で、ネットワークの中で互いに仕事の回し合いをしていくことも出来そうではないか。そのような考え方で、化粧品や健康食品を売りながら、そこに集う人々とのネットワークを作っていくことも考えられる。

・『環境・食・健康』はこれからも注目される分野。カルチャーセンター的なところで健康食品など売りながら主婦層のネットワークを強めていくのは効果的だろう。そのような場面での主婦のパワーは素晴らしいものがある。

・商品をきっかけにして社会的に意義のある話が出来ることの魅力を感じている人が多いだろう。

・そのようなきっかけで『ヒューマンネットワーク』が出来るのが魅力でもあろう。

・ただし従来のそのような仕組みでは『ねずみ講』のように上部の人ばかりが儲かる。私達が考えるネットワークの中で

は、自分で提案し、自分でことを興していけるようにしていきたい。

例えば、カメラメーカーN社に対し、ホームワーカーが即、消費者であるという点を生かして、「こんなカメラなら消費者のニーズがある」というように商品開発や商品改良の提案をしていく。そんなことがホームワーカーのネットワークを通して出来ればよい。

・消費者のアイデアを募る企画は従来からあるが、必ずしも成功していると言えないのではないか。

・主婦からの情報発信で成功した例もある。主婦参加の講座で商品開発をして、その商品開発のプロセスの中で主婦が種々の仕事に関わっていく試みであった。自分が主体的に何かに関わっているという認識の中で、主婦は非常に生き生きとしていたようだ。

・遠藤さんは自分達で仕事を生み出したのだが、そのような企画能力を教える場があってもよいかも知れない。

・OLのネットを作り、いろいろなアイデアを出させて、その中のよいものを拾って、企業に売り込むことに成功した人（男性）が、主婦のネットを作り同様なことをしている。

・地方に埋もれている主婦やOL、男性など、だれでもネットして発想を展開していく中で、よいものが見つかると思う。

・ホームワーカーとして『稼ぐ』こと、仲間と『遊ぶ』場があること、そして『学び合える』場があること、この3本の柱がネットワークには大切。

地域での生活者としての主婦の顔と、フルネームで呼ばれたい部分との両側面を生かせるとよい。

◇電子ネットワーク活用の可能性

・女性だけで立ち上げたパソコンネットも、すでにある。そこでは主婦も一人の人間として生き生きと参加出来ている。電子ネットが主婦層にどこまで入っていけるかは未知だが、パソコン操作がもっと簡易になれば、もっと主婦が関わる事が可能だろう。

・今までの話のようなことを電子ネットワークで出来たらよいと思う。全国に散在するホームワーカー達が、時にはテレビ会議等もまじえながらオフラインのネットワークでつながり仕事をしていく。電子会議の中で雑誌を作ったりも出来る。

・コンピュータを前提とした考え方にこだわらず、多くの人を対象に考えるなら、ケーブルテレビやファクス活用の方がよいのではないか。

・ファクスをコンピュータにつなげるのは今は可能だが、確かに対象を限定せず多様化したほうが利用者が広がるという点はある。

・パソコン通信は2～3年前までは主婦にとっても魅力あるものであったが、最近ではもっと簡単に便利なメディアがあるのではないかとされている。

・最近NECで女性のパソコンネットを作ろうとして募集をしていた。無料で講習が受けられるシステムで、その後機械を自分で買うにしても大企業への信頼感もあり、人気が集まったようだ。それを小規模にした形が考えられる。

・領域については、今までの話のなかでマルチメディアを使ったものと考えられている。例えば、電子メールを使って雑誌関係に情報提供していったり、マーケティング部門での電子メールを使ったアンケート調査などは効果的に出来るだろう。電子メールでやりとりするならファクスでも参加出来るから多くの人が関われる。登録者が500人では話題にもならないが、1万人という単位なら評判になり需要も増えるだろう。

◇データベース運営会社の位置づけとその問題点

・すでに他の部会でも検討してきたように、このデータベースについては、

①人材派遣業との違いをはっきりさせた仕組み。

②誰のためのデータベースかを明らかにする。

③組織形態をどうするか。（例えば、グループを作りその中からリーダーを育成していく仕組み、企業ニーズに合わせキーマンを配置したデータベースにしていくなど）

以上の3つを柱にしていく必要がある。今後、ワーカー側に調査などして意識を探っていきたい。

・例えばデザイン関係の仕事に関してなら、データベースの運営会社（A社）で、『軽いイラストが描ける人』というような基準で人材を登録しておいて、人材の欲しい企業（B社）からの要望に応じて紹介し、後はワーカーとA社とで直接やりとりしてもらうようにすることは可能だ。デザイン関係のワーカーとしてもその程度の登録が出来る仕組みがあれば

ありがたい。

・クリエイティブな仕事については、ワーカーと企業との仲介をするのは、難しい面もある。ワーカーと企業とが直接結びつきたいのではないか。

・今までに見えてきた問題としては、企業（特に大企業）には人事制度の制約があり、外部から人材を登用することが困難だという事情がある。アメリカなどならコンサルタントの契約もきちんと出来るが、日本ではコンサルタント料を計上する項目すらないのが実情だ。事前の根回し的な人間関係の作り方が前提にあって、個人のクリエイティブな能力の評価までなされずに終わってしまうことが多い。

また企業の下請け的に機能した場合、不況時には労賃切下げや自宅待機などの不安材料が多い。これらの問題をどうクリアしていくかが問題だ。

・また、ワーカー側としては、『自分がどんな仕事をしているのかが見えない』ということから派生する不安もある。仲介者とのようにコミュニケーションが出来ているかにかかってくる問題である。仕事の全体像が見えると、どんなにつまらない仕事でも自分の『やりがい』につながり、意義を感じることが出来るのだが。

・今のところ、データベースを立ち上げるにあたっての具体性があまり見えない。最初はごく小規模で立ち上げるしかないだろう。実際に出来る部分で、少数の有能な人材を揃え、企業に対してワーカーを商品として提示して信用を得るところから始めるのがよいだろう。

・私も規模は小さく無理をしないで始めるべきだと思う。また、領域をある程度決めておかないと、漠然としてしまう。なんとなく参加してしまった人が、仕事も分からない、自分の立場も能力も見えない、という不安を持ってしまうと困る。登録する人が、『1年後の自分が見える』ことが意欲にもつながる。

・それは大切なことと思う。『参画する』という意識を持たせることが出来るような考え方を反映させていきたい。

3. 2 組織的側面検討部会における問題点の整理

在宅勤務者に仕事を発注する側の企業等に視点をあて、そうした企業の組織がどのような形で、在宅勤務者に仕事を出しうるのかという（企業内の）組織的な面からの検討を行うのが、この部会の役割である。主たる検討課題は以下の通りである。

“組織的”とあえて命名した意図は、今後日本の企業組織が従来とは大きく様変わりするのではないかという仮説があり、そうしたトレンドに対して、本データベースが深く関わられるのではないかという前提があった。具体的に企業組織と在宅勤務者との関係がどのような形で成り立っているのか、に関してはKネット（第2回組織的側面検討部会議事録参照）という実例を通じて検討しようとした。

- ・現状の企業組織の中で、外注化のニーズはあるのか（企業規模と外注化）
- ・本データベースによって、企業組織が変わっていくということがあるのか
- ・在宅勤務者に出すべき仕事とは何なのか
- ・どのような形ならば、企業は仕事を外注化しやすいのか

3. 2. 1 企業組織の中での外注化のニーズ（企業規模と外注化）

「主として女性の労働力を利用した単純作業の仕事のためのデータベース」という発想であるならば、すでに外注化の仕組みはあるし、既存の企業内組織を変更する必要はないだろうという意見が出たが、一方それは外注の下請け構造がしっかりとすでに出来ている大手中堅企業での話であり、中小規模の企業には、単純作業に近い類の仕事を外注化するというニーズはあるに違いない、との議論がなされた。また中小企業には、優秀な人材をリクルートしたいというニーズもあるが、その際にこのデータベースが用いられるのではないか、という話も語られた。

3. 2. 2 在宅勤務者サポート・データベースと企業組織の変革

クリエイティブな人材のデータベースを考えれば、その可能性はある。企業はスリム化や、いわゆるリストラを長短期的な重要課題と考えており、その意味で専門的な能力を持った人材の発掘と、そうした人材への仕事の外注化のニーズは今後も高まるとされた。また、企業内に十分に教育されたプログラマーなどの優秀な女性労働者の問題、専門職能を

持った高齢者や身障者の問題、そうした要因が従来の企業組織を変えていく契機ともなりうることが示唆された。

3. 2. 3 在宅勤務者へ発注される仕事の質と種類

Kネットの整備段階からの経緯をみても分かるように、初めから在宅勤務者のパワーを組み込んだ形での仕組みを作り出すことが、まずは在宅勤務者の仕事を増やすことになる。既存の企業組織からの外注の仕事を拾っていくだけでなく、独自に在宅勤務者が出来る仕事を創り出していくという視点も重要である、との論旨の事柄が語られた。

3. 2. 4 企業の仕事を外注しやすい仕組み

『K-D O』（第2回組織的側面検討部会議事録参照）さんの事例に学べば、初めはとくに専門職能を持たない人材でも、しっかりとした教育システムのもとで育てば、クリエイティビティを存分に発揮するようになると言える。教育研修の体系と、またそれ以上に一人ひとりの勤務者がモチベーションになるシステム上の工夫が必要とされよう。

第 1 回・組織的側面検討部会議事録

〈日時〉平成 4 年 10 月 8 日 (木) 9:30~11:30

〈場所〉志木サテライトオフィス

〈出席者〉◇松岡温彦 ◇小林 正 ◇磯村洋一 ◇江藤 淳 ◇匠 英一 ◇柴田郁夫

◇企業内組織の改革が必要か

・『組織』とはデータベースの仕組みという意味ではなく、『企業内組織』を指している。人事制度、採用制度などを含めて『企業内組織』をいじらないと在宅勤務化は出来ていかないのではないか。

・現実に企業の責任者として在宅勤務をしている人がいても、それは現時点ではマイナーな形でしかない。そんな勤務形態を大企業の中でもメジャーなものにしていけるようなデータベースが望まれるのではないかな。

・まとめると、単純反復作業の外注化については、一部ではすでに行われている。これは大きく組織をいじらないでもすむが、仕事のやり方を改革することで、人員を減らし、外注化していけるだろう。クリエイティビティの高い仕事についてはここでの今後の検討課題にしていきたい。

・アメリカ人から聞いたことだが、アメリカ企業では『個人の業績に対して敬意を表する』とのこと。それだけに、能力に合わせてトラバースする人も多い。一方、日本ではまだ義理人情的な風潮も根強くあり、生涯一企業にあいまいなまま席を置くという人が多い。そんな企業内に、外から高い能力の人やコンサルタント的な人が入った場合の判断能力が日本の企業には出来ていないのではないかな。そのような時の基準を明解に作っておき、仕事の能力をきちんと評価出来るようにしておく必要がある。

・企業内のデータベースで、ネットワークを通して自分がやっている仕事以外の新企画の提案などしていくことはあるのか？

・全国に散らばっているワーカーがネットワーク上で議論して新企画を作るような試みもあるが、製品化という面では素人の集団なので社内で簡単には受け入れられない。自分の能力を発揮出来る場を探している人は多い。それをもう少し制度化したいと思う。

◇対象とする在宅勤務者の分類と企業組織との関連

・この構想が、主として女性の労働力を利用して単純作業の仕方のためのデータベースを作るというのなら、結論はすでに出ている。アメリカでも事例はあるし、日本でもそれに近い企画はいくつか聞いている。

・クリエイティブな仕事をする人が在宅勤務するための仕組み、そのためのデータベース、という点を別途考えていくのか？

・単純作業のための仕組みとクリエイティブな仕事をする人のための仕組みとはそれぞれ別の角度から検討していかないと混乱のもとになってしまう。

・ここでの構想の中でクリエイティブな仕事に関わるものをも考えるべきだろう。

・在宅勤務者の定義づけは必要。今までの議論の中では、

□『マックユーザー』のようなコンピュータ操作の出来る人

□主婦層としては 20 代後半から 30 代前半で、翻訳が出来る人、デザイナー、など特異な能力を持っている人

などを考えている。その中でキーマン的にネットワークの取りまとめが出来る人がいればグループのリーダーとなり、うまく運用していけると思う。

・クリエイティブな能力の高い人をどのように有効につなげていけるか。例えば一つの企業内だけではなく他の企業への派遣、別の職業への斡旋などの形態も考えられる。

・大手企業で関連の組織を作った場合、そこに本社の幹部を派遣する形態はよくとられるが、別の形は出来ないものだろうか？

・私の会社で求めているのは単純反復作業の外注化の側面である。人を抱えていても 100%稼働していないという無駄を改善する方法がほしい。仕事の少ない時も多い時も同数の社員を保つのではなく、常時最適の人員がいて仕事の多い時だけ単純作業を外部に発注していける仕組み、しかも指定期日までに確実に仕上がり、セキュリティが保たれるような仕組みがあればよいのだが。その意味でも、人事システム、採用システムを変えていくことには関心がある。

・十分に能力を持った人材なら、在宅勤務をのぞむ女性や高齢者、身障者といった人達が、企業の中で受け入れられるのか？

・教育されていて、能力がある、ということが条件だが、当然受け入れるだろう。企業としても、考え方をえざるを得ないと思う。

・企業側のそのような要求にも見合ったホームワークスデータベースを検討していくべきだろう。

・私自身、以前人材を企業に紹介する立場にいたことがある。その経験から言うと、フリーで有能な人には企業のワクにとらわれたくないと思っている人が多い。それだけに企業に不足しているものを補っていく力を持っている。それをA社がうまくコーディネートして、企業ともワーカーとも信頼関係を成り立たせることが必要だ。

◇クリエイティビティの高い仕事についての報酬の基準作りの問題点

・クリエイティビティの高い仕事をしている人への支払いの基準は、どのように考えていったらよいか？

・そこが非常に複雑で難しい問題だ。私の扱っているケースでは、キャンペーン用の葉書に絵を使う場合ならこのくらい、ラジオなら、全国紙なら、というように、使用するメディアと大きさによる基準づけもある。また、著名な芸術家なら算定基準があるが、それ以外の芸術家では個人による基準はなく、大体一律の報酬基準で、それもあまり高いものではない。それをもう少しきちんとした基準作りをしたいとは思っている。

・価格はある程度マーケットがあるかどうかで決まるのではないか。絵画をよく分からない者が画家と相対で基準を作ってしまうから、あとで混乱するのだ。データベースの威力はマーケットを形成出来るということにもある。検定制度でも需給関係など考えずに作った制度では成功しない。あくまで、マーケットと結びついたシステムにしなければならない。

◇企業へのデータベース・プロトタイプ・プロポーザルの提案

・今日は制度のあり方についてもいろいろご意見をいただいた。他の3部会での議論と併せ、全体のシステムとして検討する。

・先程発注企業側の組織を変えていかなければという提起があったが、それは人事部レベルで変わればよいのだろうか？それともトップレベルで変わらなければならないのか？また私達がプロトタイプを作り企業にプロポーザルしたとき、企業の仕組みの中で、取り入れてくれる可能性はあるのか？

・試しにやってみる程度のことは出来るだろうが、広げられるかどうかは疑問である。契約形態がはっきりしていれば、出来るかもしれない。

・可能性のある企業もある。今でもここ志木サテライトオフィスに仕事を依頼しているような企業なら、『見合ったワーカーがいて、安く、レベルも保証されている』という条件なら利用したいだろう。ただし、企画料について金が出るかどうかは分からない。

・その場合、本社の体系の中で決定されるのか？子会社レベルで出来るのか？

・私の知っている企業では、子会社が独自で出来る。

◇地球規模のデータベースを

・日本の中だけで括らずに、むしろ海外に点在している労働力を海外の資源とともにまとめていくという方向がこれから効果を発揮するだろう。

・私はむしろ日本という単位で考えないで、地球規模で考えていく時代だと思う。日本のクリエイターを海外の企業に持っていかとか、その国の特性を活かした人材を日本の企業に紹介するとか、あるいは日本のクリエイターが海外で評価されたことで日本で改めて認められるとか、いろいろなものを組み合わせていく役割をマルチメディアは果たせると思う。企業Aはそのようなコーディネートを考えていくべきだろう。

第2回・組織的側面検討部会議事録

〈日時〉12月16日(水) 13:00~15:00

〈場所〉Kネット・テクノウェイブ

〈出席者〉◇松岡温彦 ◇石山靖久 ◇野中昭夫 ◇江藤 潔 ◇匠 英一 ◇柴田郁夫

◇Kメイトとは?

・Kメイトさんの事業展開と、それに関わるKメイトさんの仕事など、お聞きしたい。

・Kネットは百数十にもおよぶ番組を持っているが、Kメイトの活動はそれと密接な関係がある。番組作りへの参加、パソコン通信のインストラクターやシステムオペレーターとしてなど、在宅での女性の能力活用という趣旨で多分野で積極的に活動している。自社でネットワークを持つ企業や、ネットワークを通して事業やコミュニケーションを持つ組織があれば在宅勤務の可能性がある、という観点でKネットでは進めている。

主婦に単に翻訳や入力などのみをさせるという形態は、事業会社が組織化するのならよいが、個々の主婦が企業とつながって仕事をするというのは難しいと思う。

・Kネットの場合はインストラクション業務と画面の入力業務というように収束しているのか?

・Kメイト達はそれぞれある才能を持った個人事業主であり、私達は彼女達と業務委託契約を行い、その契約に基づいて仕事をしてもらっている。例えば、パソコン通信のシステムオペレーターをやってもらうとか、何画面かを作ってもらうなどというように、業務ごとに委託して事業をしてもらっているわけだ。私達が企業として雇用すれば、雇用保険など多くの問題が付随するが、この方法だとその問題はない。

◇Kネットの経緯

・Kネットの事業化の経緯は、次の通り。

昭和62年 「かながわ地域情報通信ネットワーク研究会」設立

平成元年5月 同研究会の提言を調査するための「推進協議会」設立

平成2年10月 株式会社Kネット設立

(資本金は10億円。 神奈川県50%、その他50%出資の第3セクター)

平成4年4月 サービス開始

この経過の中で、パソコンを全く使ったことがない状態から、インストラクション出来るまでに、家庭の主婦達を育成してくれたのは『ドゥハウス』である。

まず、平成元年5月の「推進協議会」設立の時、実験的に『家庭の主婦によるKネット使いこなし実験』を行った。パソコン通信の使いこなしの一環として彼女達にインストラクションしてもらえるかどうかの『ドゥハウス』方式の実験である。

『K-D.O.』と称した主婦達が自宅にパソコンを持ち込み、近所的主婦を集めて実演し、初めての主婦に触らせてみせた。また『K-D.O.』さんが独自にアンケートを作り、参加した主婦達にアンケート調査をし、それをKJ法でまとめて、使いこなしマニュアルを作った。その一連の過程を経て、彼女達はどんどん成長していった。

・その時の『K-D.O.』さんたちが『Kメイト』さんになっていったのか?

・まず30人募集して『ドゥハウス』がフィールドワークしながら育てていった。会社が設立される時、その中で21人の専業主婦が残りを、他は転居や他の仕事についた。その21人がホームセミナーで教えた受講生に、DMで「カラー画像パソコン通信で番組を作りませんか?」と呼びかけた。それに応募し、採用された人が60人ほど。

つまり、21人は『K-D.O.』出身、60人ほどはその教え子。

・『K-D.O.』さんの募集はどのようにしたか?

・新聞で呼びかけた。260件の問い合わせがあったが、説明会、審査会を経て30人に決定した。説明会では

『神奈川の情報化はあなたがたに』

『21世紀の高度情報化社会は主婦から始まる』

と、『ドゥハウス』のコピーそのままに行った。

Kネットの『NET』というのは単にネットワークを意味しない。神奈川全体を覆う網の一つ一つの網目に彼女たちがタネを播き、それが芽を出し、花を咲かせる、という発想からのネーミングである。

◇Kメイトの仕事内容と労働形態

・Kネットの番組作りには、Kメイトはどのように関わっているのか?

・わが社の制作室がディレクションしているが、Kメイトが自分達で出来る部分は企画書を出し自主的に行き、出来ない

部分はディレクションを受けながら進めている。わが社では、番組制作にあたっては使い分けている。『Kメイト特選情報』など、素人っぽくてもよい部分は彼女たちの力を活用し、他のクライアントがつくような部分はプロを使うようにしている。自主番組には彼女達を使うことが多い。

・彼女達の間でチームリーダーのような存在はあるのか？

・編集責任者をおいている。制作は彼女中心の主婦仲間に任せ、出来上がったものをディレクションするようにしている。

・賃金は？

・番組作りする人、インストラクターなどそれぞれにより異なる。報酬は悪くないので他に移るなど考えられないようだ。

・基本的には在宅勤務なのか？

・インストラクションの場合は、このセミナー室を使う場合もあるし、ホームセミナーという形で週に一度皆で集まり検討し合う形をとる。

◇主婦を募集する方法は

・当初、ホームセミナーの受講者は1500人もいたというが、宣伝はどのような方法でしたのか？

・図書館などにも宣伝用の資料などをおいたが、ほとんどロコミであった。

・多くの主婦の関心を集めたからこそ、それだけの人が集まったと言えよう。

・パソコンへの関心が主婦を動かしたのだろうが、2～3年前はまだ今ほど主婦がパソコンに関わりを持ってはいなかった。その後、主婦も含め広範囲の人々がどんどんパソコン通信の分野にも進出してきたが、新聞等でKネットが紹介されたりして、主婦にも簡単にパソコン通信が出来るというイメージが伝わったのだろう。『Kネット効果』とも言えるものと自負できる。

・主婦の能力を公的機関で活用しているところはあるのか？

・主婦を巻き込む仕組みとしては、仙台市の『コミネット』、大分の『コアラ』などがある。地域に根を張ったパソコン通信やコミュニケーションネットワークとなると、都市に通勤しているサラリーマンには不可能で、どうしても地域の家庭の主婦や中小企業主、学生などが中心とならざるを得ない。

◇地域に根ざした活動の場

・市町村の職員、中小企業主、学校教職員などで自分たちでCUGを作り運営したいと思っている人達は多い。しかしその端末が操作出来ないというケースも多い。KネットではそれらのCUGのクライアントをつかみ、その人達に操作を教えたりもしている。

・県独自の『アイリス』の交流も行われているが、役所の側がネットワークを管理していて、一般市民が利用出来る形ではないのが残念だ。

・私達は、世の中の多くの情報発信基地からの情報を、多くの人が、安く簡単に入手出来るようにするのが私達の役割と考えている。そのために既存のデータベースを積極的に活用し、全県下でアクセスポイントを持って運用していきたい。

・自分の所が情報発信する所なのか、ネットワークサービスをする所なのか、役割をきちんと分け、共存共栄の思想で進めていくべきだ。勿論使いにくいデータベースがあれば加工して流す程度のことはするが。

◇県の産業政策とKネットの役割

・Kネットの利用者層としては、中小企業や一般市民が多いのか？

・Kネットの経営方針は、生産者と消費者を結ぶネットワークを作ることと言える。技術革新と生活革新を2本の柱としている。

・1980年代後半以降、日本の経済は内需発掘型になったが、神奈川県は産業政策も『ニューグロウス理論』に基づいて『技術・産業・生活ネットワーク』となった。生活という言葉は日本で初めて取り入れた画期的なものである。

日本のように、技術革新と生活革新の相乗効果の中で経済を回転させていくためには、『パーソン トウ パーソン』

のメディアをインフラの中で保証しなければならない。そのメディアこそパソコン通信なのだ。パソコン通信の中では、一人ひとりの持つ発想の切り口の違う意見が流され、それを認め合って共存していく。そういう形で発展していく事業として、産業情報ネットワークを作ろうとしたのだ。

その中でKネットは『情報の道路網』を作ろうとした。県民のパソコンの保有率は22%と全国一だが、そのうちの6%しかモデムを備えていない。ほとんどはスタンドアローンのユーザーで、パソコンをゲーム機としてしか利用していない。自動車のボディはあってもタイヤはないという状態なのだ。そこでKネットでは10万台の通信セット(モデムとソフト)を無償で貸与しようとした。そしてその操作方法をインストラクションするのがKメイトである。

・現在Kネットのユーザーはどのくらいか？

・だいたい5,500~5,600ID。うち企業のユーザーは700ID、200社程度。他は個人のユーザーである。

・Kネットは公的インフラの意味合いがあるようだが、会員からは安い会費を取るだけで、経営はどのようなのか？

・現在のところは資本金を食っている状態。収入源の6~7割は利用料金、その他に広告収入などもある。パソコン通信のユーザーの拡大が収入源確保の道と言えよう。

・パソコンは、どの機種でもよいのか？

・全メーカーのものが利用出来るようになっている。

・そのソフト開発は大変なものだっただろう。

◇番組編成や実際の使われ方について

・消費者と生産者を結ぶという構想は素晴らしいと思う。番組編成の中で、どんな事例があるか？

・『Kネットサロン』では、本屋さんの特集など趣味に関するインフォメーションが多い。企業はプロの情報を出し、アマは自分の体験談を出すなど、それぞれの役割で交流している。その中にトランザクション系のものが付いていて、パソコン通信でのマーケティングも可能な仕組みになっている。

・Kネットのサービスは基本的には情報提供と交流とがある。情報提供サービスとしては画像の方が効果的だし、画像を使えば広告も入れやすい。

Kネットのホストコンピュータは、画像のファイルと文字のファイル(アスキー)との2つを持っている。ワープロなら文字のファイルでパソコンなら画像のファイルで使い分けながらの仕組みになっている。他へのゲートウェイは画像で、いずれは世界中へのゲートウェイはしたいと思っている。

・Kネットで行われている事例としては以下のようなものがある。こうしたものは、主婦の制作の方が面白いことも多い。

☐ 電子郵便で絵葉書も送れる。

☐ 小学生がマウスで描いた絵をもとに、それをみた大人も加わって次々と創作物語を展開していき、交流の環が広がった。

☐ クリスマスカードや、年賀状のコンテストの企画なども出来る。

☐ 『ルックかながわ』の『ヘッドラインニュース』は神奈川新聞のニュースを毎朝Kメイトが入力している。

☐ 『特選Kメイト情報』はすべてKメイトが作成している。企画、取材、絵や文章などすべてKメイトが主婦の感性を活かして作っている。この場合の取材も報酬の対象としている。

☐ 『福祉かながわ』『健康かながわ』など、県サイドの情報を流しているが、まだ県の職員でパソコン通信で県民と対話出来る人が少ないので、Kメイトが行っている。

☐ 総じてKネットでは『エデュティメント』という言葉を使っている。つまり、エデュケーションとエンターティメント、面白くて、しかもためになる、ということを重視して制作している。

◇画像を使用するメリットは

・離れた場所にいる者どうしが話し合って短時間で結論を出したい時など、電子会議はとても便利だ。

・文字を使うだけでも出来る電子会議を、あえて画像を使ってする意味はあるのか？

・なんといっても画像を使うと見やすい。カラーもついているので雰囲気もよい。

・色使いなどはどのようにしているのか？

・カラーリングはホスト側で設定している。季節ごとに初期画面の色を変えたりしている。

・エンドユーザーがカラーリングで悩むというようなことはなく、文字を打って送ればホスト側の用意した画面に出るという仕組みか？

・ユーザーが自分で用意した画像を作る場合は別だが、Kネットが無償で提供するソフトを使えばそうなる。

◇企業と家庭との接点を

・『ドゥハウス』はマーケティング情報をとっているがKネットはしていないのか？

・まだしていない。

・会員数から推して、企業があまり使っていない、という印象を受けるが、生産者と消費者を結ぶという構想なのでそうなるのか？

・『二兎を追う者は一兎をも得ず』と言われるが、我々は家庭向けと企業向けの両方をやっている。もともと家庭向けで儲かるはずはない。企業向けに特化しろという意見もある。しかし、企業向けのネットワークはすでに多くある。県が参入する意味はない。県民の情報民主主義を保証していき、それを通して企業が構造転換を図っていくことが、我々の目的だ。

◇公的機関の中で

・企業の儲け話が出てくるのは画期的だ。今まで公的機関ではその種のことは一切出来なかった。第3セクターだから可能なのだろうか。

・具体的にシステムを開拓していく要望などは他の都道府県からはこないか？

・引き合いはあるので、システムを売る価格表も出来ている。Kネットではソフト開発に8億円、ハード開発に4億円投資した。ニフティなど他の機関を利用すれば簡単だろうが、トランザクションをやりたいという希望から、あえて独自のものを開発した。

・他にこのようなサービスをしている所はあるのか？

・アスキー系だといくつかあるが、画像を使ってという所はないようだ。

◇地方自治体での情報網のあり方

・私は各都道府県にKネットのようなものを作るべきだと思う。地方自治法を変えて、『情報公社』の設置義務を与えるべきだ。日本列島をもらさず包んだ情報網が出来、末梢から発信された情報は瞬時に隅々まで伝わるようになる。

しかも個人情報保護のために、情報民主主義が確立している必要がある。そのためには50%は公的機関が関与し、議会がチェック・アンド・バランスの機能を果たすべきだ。

・市レベルか県レベルか、どちらが有効だろうか？

・インフラは県レベルで整えて、市もそれを利用して独自のものを作ればよい。今、小田原市でも構想している。

・正直言って、このようなシステムは県庁ビジネスである。このネットワークが10万規模のものとなれば、当然このネットワークを利用するソフトビジネスが県内に生まれてくるはずだ。そのような企業創出、産業育成という課題に応える役割を我々は担っている。新しいライフスタイルやワークスタイルも生まれてくるはずだ。10万規模のネットワークが出来れば、その中で仕事をしていくことも可能なのだ。

・神奈川は先行的によい試みをしている。埼玉は遅れているなあ、と実感する。

3. 3 経済的側面検討部会における問題点の整理

経済的側面検討部会では、在宅勤務者自身と在宅勤務者に仕事を発注する企業等が、どのような関係をもつのが望ましいのか、またシステムを作りデータベースを提供する側はどのような点に留意したらいいのか、ビジネスとして成り立つための仕組みというところに視点をあて、経済的に成立しうるかというアプローチからの検討を行った。主たる検討課題は以下の通りである。

- ・データベース運営会社の位置づけをどう考えたらいいか
- ・ワーカー側がより活性化出来る仕組みとは何か
- ・電子情報化することの意味合い
- ・このデータベースの特徴をどこに求めるか
- ・経営的に成り立たせるための諸々のアイデア

3. 3. 1 データベース運営会社の位置づけ

データベース運営会社は、単に個々の人材ワーカーと発注側の企業を結びつけ、仕事のコーディネートも行うという役割を果たすだけではなく、ワーカーに対しての教育や研修を行うことが必要であるとの位置づけに関しての意見が出された。そうした活動自体が、データベース活性化になると同時に、経済的、経営的な安定につながるとの意見である。また、ワーカーと企業とが、データベース運営会社を通さずに、直接仕事の受発注を行うようになり、それが経済的破綻をきたす主要因となりかねないとの問題点も出された。

結論は出ていないが、大別すれば、それは絶対に避けるべきだという意見と、ある程度はやむを得ないという意見になる。データ入力やマニュアル作成といった、ある程度単純な作業では、仕事の質や納期を確保するためにも、データベース運営会社が中に入って仕事を行う必要があるが、シンクタンク業務等のハイエンドな仕事では、データベース運営会社が、仕事の質にまで関わる度合いは少なくなる。前者（ローエンドな仕事）では、企業とワーカーとのつながりは直接おきないようにするが、後者（ハイエンドな仕事）では、会員になって企業とワーカーの良心に訴える（紳士協定）しか手がない、ということになる。

3. 3. 2 ワーカーがより活性化出来る仕組みとは何か

委員それぞれの背景からいくつかのアイデアが出された。ワーカー自らが、生き生きと関われる『参画』的な発想を取り入れようというのが、その一つである。つまり、ワーカーが、単に受け身で仕事に関わるのではなく、『参画』意識を持たせることで活性化が図られるのではないか、という考えである。ほとんどが女性達で構成されたネットワークで販売されている『アムウェイ』の販売の仕組みが、『参画』型労働形態の一具体例として語られた。

ワーカー自身のスキルアップのための研修等についても、『参画』ということから考えれば、たとえ有料であっても、積極的に受講するのではないかと、それがまた活性化につながっていく、という意見も出た。

また、マルチメディアデータベースとすることにより、本データベースの対象者をより幅広く考えていこうという意見が出された。

大学生や大学院生も本データベースに取り込もう、ということも提起された。これについては、賛否両論があったものの、専攻やセンス次第では有効だろうということであった。また、大学院生をシンクタンク系の仕事に取り込んでみようという点では肯定的意見が出された。

3. 3. 3 電子情報化することの意味合い

電子情報化することで、地方にいながらにして、都市生活者並みの収入が得られるようになれば、一極集中の弊害が少しでも緩和され、人口の地方分散や地方の活性化に貢献出来る、ということが語られた。

また、電子情報化のネットワークを日本国内にのみとどめるのではなく、世界規模にまで広げて考えるべきだ、という意見も出た。

3. 3. 4 在宅勤務者サポート・データベースのオリジナリティ

仕事を出す企業とワーカーとの間にセンター（データベース運営体）を設けることで、このデータベースに特徴を持たせよう、という意見が交わされた。これは仕事を出す企業にとっては、常時多くのワーカーをかかえないですむといった点で経済効率性から大きなメリットがあり、一方ワーカーとしては自ら営業する必要がない、在宅で働ける、といったことをメリットとして享受出来る。間に入るセンターは、コーディネート料として、企業側とワーカー側の両方から報酬を得ることが出来、データベース運営体としての確立が

図れるだろうということであった。

2. 3. 5 経営的に成り立たせるための具体策

センターが経営的に成り立つためのコーディネート料については15%位ではどうか、といった形で具体的に示された。また、ワーカーの質が経営上の成否を左右するというこ
とで、これには『マナースタディ』を課すなり、ワーカーのランクづけの必要性が語られ
た。ワーカーのスキルアップには研修や教育のシステムを取り入れることが有効である、
との認識がなされ、具体的に『マルチメディア検定』の立ち上げの可能性についても語ら
れた。

第 1 回・経済的側面検討部会議事録

〈日時〉平成4年10月1日(木) 16:00~18:00

〈場所〉志木サテライトオフィス

〈出席者〉◇林 義樹 ◇横田恵美子 ◇神宮哲也 ◇岡辺重雄 ◇小泉幸一 ◇匠 英一 ◇柴田郁夫

◇データベース運営会社の位置づけ

・在宅勤務者の潜在的ニーズは多いが、それをうまくつなげる団体やシステムは少ないのが現状。企業側の意識を探るべく、別途アンケート調査、あるいはヒヤリング調査をしていく予定である。

・データベースとホームワーカーのネットワーク作りを考えるにあたり、問題点は2つある。

□人材派遣業とのちがいは何か。

□ワーカー側の視点に立つものか、企業側の視点に立つものか、という点。

・勿論双方の利点を考えていくことが大切だが。

・ワーカーを求めている企業(企業Bとする)、ホームワークしたい人(ワーカー)、両者を結ぶデータベースの運営会社(企業Aとする)の3者の関係を考えるに、従来のシステムの中では企業B→企業A→ワーカーと一方的な『→』しか書けない構造であった。しかし電子メールなどを活用して我々が作ろうとしているシステムでは、3者ともが逆方向の矢印も描ける。しかもワーカーの中にリーダーを育成してのネットワーク作りも企業Aが出来るシステム、さらには教育、研修によるインキュベーション機能をも備えようというもの。(1案)

別の意見として、ワーカーと企業Bとの結びつきを作らせると、企業Aが利益上不利だというものもある。リーダーは作らず、個々のワーカーが企業と電子上でつながり、企業Aは情報の提供のみしていく。(2案)

また、大きな企業Bの下部システムとなり、企業Bの必要に応じてワーカーを集めることに徹するという方法も考えられる。企業Bの下請け的な機能である。(3案)

・1案の問題点として、教育した場合評価をどうするかということ。今後検定制度について平行して検討していく。林先生の提唱されている『参画』授業にも学びたい。

・いずれにしても1案のシステム作りは、コストの点、教育、研修のシステムと評価の基準作りということになると、一企業レベルでは難しい。

通信制度もいろいろ発達し、運営されているが、『ニフティサーブ』の中にSIGを作り、そこを媒介して情報を得たり、協力していく方向も探ろうとしている。

・大企業では仕事をこなす機構はシステムとして出来上がっており、人材を派遣してもらう必要はない所がほとんど。しかし中小企業では必要としている。企業が外部のワーカーを使う利点は、企業の都合に合わせられる即応性と仕事の多寡に応じられる柔軟性があること。マイナス面では、主婦の仕事能力と主婦の時間に対する身勝手さへの不満である。

・企業から人材派遣の依頼を受ける仕事は、スポット的に短期のものなど企業にとって都合のよい内容のものが多く。高給を払うが、条件は厳しい。社員のやる気を喚起するための求人もある。

・企業としては企業外からちがったタイプの人が入ってくことで、企業内の雰囲気活性化するというメリットを期待することもある。

・在宅勤務する人と企業Aのつながりの形は勿論出来ると思う。しかし、それを企業Bに持っていくのは難しいのではないか。

・大企業からのスポット的な求人に応えるにはメニューを多彩にしなければならないから難しいのではないか。スタンダードなものなら、中小企業相手にやっていけるだろうが。

・1案は『アムウェイ』のシステムに似ていると思う。ただし『アムウェイ』は物を売るというはっきりした形があるが、このシステムでは何を売するのか漠然としている点が難しい。

・経済で大切なのは、誰が何のために金を払うかということ。企業Bは何を価値として企業Aに金を払うのか？ 人、モノ、情報など、何に企業側が魅力を感じるのか、はっきりさせたい。

・企業Aが地域的に都市から離れたところに存在し、自宅にいる人を集めて何か出来ないか？

・1案の研修期間には、ワーカーから受講料を取るべき。ワーカーの技量が上がればギャラも上がるのだから当然のことである。

・ホームワーカーが働いて得た金の一部を自己投資して、次の段階の研修を受けられるようにしていくことも考えられる。

・私の所では、OLのアフターファイブの能力開発講座をしようと思っている。将来に備えて研修を受けたいと思っている人は多い。企業内でも、在動中に退職後に備えて仕事の研修をさせている所もある。

・主婦も参加したイベントをした時、自分には能力がないから仕事出来ないが、能力さえあれば仕事をしたい、と仕事に憧れている主婦が多いのを実感した。これらの主婦は有料の研修でも受けるだろう。

・研修して、よい人材が出来たところで企業に紹介し、コーディネートして、そこでまた企業から報酬を受け取るというように、企業からもワーカーからも金を取っていくシステムも可能であろう。

・ワーカーの立場から、再就職サポートシステムを打ち出すのもよい。長い期間、社会から離れていた人の社会復帰のためのリハビリ機関として、『テンポラリー・センター』でも再就職大学をしているが、ここでは在宅でなく通学する仕組みである。

◇『参画』をキーワードにしたデータベースを

・企業の働いてほしいニーズと、ワーカーの働きたいニーズをつなげたい。『参画』という語をキーワードに考えたい。

・『アムウェイ』とは店舗を持たずに、主婦の仲間同士が口伝で次々と販路を拡大する方式（ねずみ講のような）で洗剤などを販売している会社。商品の説明法や販売法などの研修は本社からなされる。紹介者の名前なども登録され、大きな組織となっている。

・『参画』の理論に当てはめると、買って使用するだけの『参集』タイプの主婦、知り合いの主婦に勧めて売り、それなりの利益を得る『参与』タイプの主婦、積極的に販路を求めて活動し、多額の利益を得る『参画』タイプの主婦、という分類が可能だ。

・ここでもグループワークを活用してのデータベースづくりが出来るのではないか。翻訳グループとか、短期決戦で仕事を仕上げてしまうグループ、などの特色づけも考えられる。

・『アムウェイ』方式では、顔の広い人、人脈の豊かな人はどんどん積極的になる。自分の向上意欲により成功していける人もいるし、その雰囲気によって自己啓発の場として成功する場合もある。

・データベースに登録する時に、『参集』か『参与』か『参画』かのどのレベルまでになりたいかという質問事項に記入してもらうのもよいのではないか。それによって研修コースを組んでいく。リーダーになれそうな人材の発掘も出来るのではないか。

◇主婦や中高年ワーカーに向くハンドライターの活用の検討

・ハンドライターを使っのてのリハビリ的なサポートシステムは考えられないか？

・コンピュータをペンで操作できる機械なので、従来の機械より操作しやすく、主婦や中高年のワーカーの研修に際しては便利なツールになるだろう。自分にはコンピュータ操作など無理と思っている人達の障壁をとり除くことは出来る。教育・研修ビジネスとしては面白い。

・例えば地方に住む年配の人が翻訳などしたいと言う場合、有効な道具になるのではないかと思う。

◇マルチメディアに絞ったデータベースを

・マルチメディア関係に絞るということを、システム上の特色として打ち出したらよい。

・プレゼンテーションはマルチメディアの一番得意とするところだ。企業側にプレゼンテーションの企画を勧めたりは出来る。企業Aは企業Bのニーズをきちんと把握し、プレゼンテーションのドキュメントにきちんと落としていくことが必要になる。しかしこれは余裕のある大企業相手なら成り立つだろうが、中小企業がプレゼンテーションの企画に金を出さるだろうか、ということも言える。いずれにしても人材を多くかかえるのは、色々な面から見て強みである。

◇大学生参入をどう考えるか

・大学生のアルバイト斡旋をも組み込めないだろうか。短期ならアルバイトで終わってしまうが、アルバイトで受け入れ、2～3年の勤務状態により就職させる企業もある。

・大学側の立場から言うと、大学生には大学生としての本分を全うしてほしいと思っている。ダブルスクールなどには疑問を持っているし、内容の分からぬアルバイトをしてほしくはない。内容もよく、社会体験が出来るという形ならよいが。

・企業Bの立場だと企業Aが学生を多く使っているとなると、信用度が低くなる。

・学生の使い方も、専攻やセンスを上手く活かした方法だと成功する。

◇電子情報化の意味するもの

・以上のように考えてくると、1案、2案、3案ともに、別にデータベースでなくともよいということになるではないか。電子情報化の必要が果たしてあるのだろうか？

・私の事務所は2案に近いシステムだが、データベース化してはいない。しかし、非常に多くの項目を入れた個人票をファイリングしただけでは処理が煩雑であるし、またイベント企画などで地方の学者に出席依頼したいような時、その種の情報ネットワークにアクセス出来るとありがたい。データベース化の必要は痛感している。

・電子情報化の意味合いをまとめてみると、

☐ ワーカー側から言うと、地方に住みながらこのデータベースにアクセス出来る利点がある。電子メディアの中で研修を受けられ、また電子メールを通して後進に教えてあげることも出来る。その中で金銭的なメリットも得られる。地方の活性化にもつながる。

☐ 単に「金」ではなく、別の意味の経済活動ということが出来る。他人に貢献でき、社会参加が出来るという喜びの中で、ある種のゲーム感覚でワーカーが関われるのではないか。このシステムの中に、仕事をとってくる営業活動も入れられる。電子上の金銭のやりとりは、『電子貨幣』のような形でつなげることも出来るだろう。

・電子メール上であっても、お金のやりとりに関してはトラブルのもとになりかねないので、ワーカー個人間では交渉させない。ワーカー間で教え合うことなども、レベル、内容などに応じて単価を明確にしておいたほうがよい。

・最近ファクスで送られてきたアメリカのビジネス情報にこんなものがあった。学生が自己PRのデータを登録し、会員となっている企業側は自由にそれをみて、必要に感じた学生に直接仕事の依頼を出す。つまり、学生と企業から会費をとって個人プレゼンテーションの場を提供するだけ。このような形もあってよいではないか。

・インハウスのデータベースでは意味がない。人口の地方分散化に役立つもの、自身や配偶者の出身地で農業にも関わりながら仕事をしていけるようなシステム、バーチャルシティ、バーチャルユニバーシティと言えるものを作りたい。

・このようなシステムなら、目的性以上に色々の人と出会える偶然性が含まれていて、面白いと思う。データベースはキーワードによるので、偶然性はない。

・電子メールのシステムはデータベースとは若干ニュアンスがちがう。

・データベースは統合された一般のシステムの中で使われているが。

・データベース構造も含まれた電子メディアネットワークを考えたい。後からキーワードを作ってデータベース化していく。

第2回・経済的側面検討部会議事録

〈日時〉平成4年12月14日(月) 15:00~18:30

〈場所〉志木サテライトオフィス

〈出席者〉◇林 義樹 ◇小泉幸一 ◇匠 英一 ◇柴田郁夫

◇コーディネート会社の存在意義の確立

・第1回の組織的側面検討部会や経済的側面検討部会ではっきりしたのは、大企業は在宅勤務者に仕事を発注する意志を持っていないということ。在宅勤務者がどの程度仕事が出来るか分からない、また在宅勤務者の都合で仕事が中断してしまったとき個人では責任能力もない、というのがその理由だ。

・大企業と在宅勤務者の間にしっかりしたコーディネート会社が存在する必要があるのではないと思う。このコーディネート会社がどういう仕組みで、どういう役割を持てばよいのだろうか。データベースとしても、教育機能やインキュベート機能を備えたものとして、私達は考えていきたい。

・具体的な仕事に関してなら、大企業と個々のホームワーカーが結び付くことは出来る。しかし、仕事の方法や納期の管理等はコーディネート会社が入るべきだ。

・大企業にはすでに下請けの機構が出来上がっていて、新規に入り込む余地は少ないだろうが、ネットワーク型の利点を活かしたコーディネート会社として

☐ 企業の都合に合わせて仕事量が調節可能。

☐ しっかりした組織、ネットワークにより、多勢で仕事をこなせる。

☐ 設備投資など少ない分、リーズナブルな価格設定が出来る。

などの『売り』で、競争力をつけていくことは可能だと思う。つまりこの会社はテレコミュニケーションを利用してコーディネート業務を行い、ネットワークを利用してワーカーの利益配分を責任を持って行っていく。

・しかし、日本ではコーディネートの業務は認知されていないという問題が残る。

◇『参画メディアラボ』『SSJ-NET』とのリンクの可能性の検討

・『参画メディアラボ』という、日本で初めてのネットワーク型シンクタンクを構想しているが、その実行のための詳細計画を立てていきたい。

・埼玉県の中企業振興公社の情報センターがより活性化し、住民のニーズに適ったものとなるように、情報センターの持っている機能に対して、在宅勤務者の提案をしていける仕組みとして、同センターのSSJ-NETへのアクセスの方法も探していきたい。

・基本的には、全国ネットで、主婦、高齢者、身障者など幅広い層の人材を網羅したデータベースとして、教育・研修機能を付けたものを詳細プランニングしていきたい。そしてそこに林先生の『参画』大学構想をもリンクさせたものにしたい。

・問題点としては、大企業が社内組織として仕事の下請けをさせる構造を持っている現状の下で、日本に在宅勤務者の存在を根づかせる仕組みが出来だろうか?ということ。

・SSJ-NETとの結び付きを考えるのは意味があるだろう。

・SSJ-NETとの接点を考えるに、ここ志木サテライトオフィスが持っている機能を洗い出し整理した上で、その機能の使い方もセットにして提供していくことがよいと思う。SSJ-NETの中小企業が、自分の会社の商品売る際に、このデータベースから抜き出してきた情報を商売相手(客)に持って行って売れるような価値ある情報であれば歓迎されるだろう。

◇付加価値の高い仕事に絞ったデータベースの提案

・大切なのは、このデータベースで扱う仕事の内容をどこに絞るか、ということ。大企業はどんどん分社化し、単純作業は分社させた下請け企業に出している。その中で交際費、交通費、教育研修費まで削減の対象にしているのが現状。少々安さをうたい文句にしても企業は乗ってこない。それに対抗するには、極端に安い、あるいは、他では出来ない仕事(例えば高度に知的な内容の仕事など)をこなせる人材を揃えているなどの付加価値を持たせていること。

・在宅勤務で単純作業をするだけなら、ネットワーク作りにも維持管理にも費用がかかり、採算が取れなくなってしまう。また一般事務などは派遣業が多く、それとの違いを出すのも難しい。

・どこにこのデータベースの付加価値を出すか、どういう仕事に特化するか、それを考えるべきだ。アブストラクト作り、翻訳者のネットワーク作りなど。またSSJ-NETとの連携を考えるにあたって、例えば海外の情報をとらえ、それを中小企業の経営者に伝えていけるような付加価値のあるデータベースを作っていく必要がある。

・同感だ。アメリカのメタネットに近いものを『参画メディアラボ』で構築しようとしている。専門家が集まって、通常は電子上で会議しながら仕事の情報も流していけるようなものを。

・在宅勤務者という呼称とそのような構想はマッチしない。むしろ家庭の主婦層を対象としたというような感じを受けるが。

・勿論家庭の主婦も対象とする。地方に在って、仕事したくても地域ではふさわしい仕事を得られない有能な主婦などを。

・地方に能力があって仕事をしたがっている主婦が本当にそんなにいるのか？ 調査せずにそれを言っても説得力はない。

・私の経験では、他県にもここ志木にも、高学歴でキャリアもあり、社会参加したい主婦は多い。そのような人材を企業で活かしていきたい。しかし、ほうっておいては仕事は来ない。しかし一方、中小企業には優秀な人材はほしいが費用の点で難しいという事情もある。

・どの分野の中小企業を対象としていくのか、ターゲットを絞った方がよい。『知的仕事を主業務としているシンクタンクの企業』とか『官庁の外郭団体』というように。電子ネットワークを使って提供出来るサービスには限りがある。その提供可能なサービスのメニューを整えるのが大切だ。ネットワークを構築して、その中で情報サービスをしていくのは、このプロジェクトのテーマといってよい。

◇従来の情報センターの欠陥の洗い出し

・一般的な情報センターにはどんな欠点があるだろうか？それを改善した形でのデータベースにしていこうことに意義がある。

・情報センターは地域に根ざした、ビジネスでは出来ないサービスが出来るという特徴はある。市民や地域の専門業者・企業の側からも、地域に根ざした細かい情報のニーズはある。しかし、本当に必要な部分だけを切り離しての提供などは出来ていないなど、課題は多い。

・公民館で行われている社会教育活動などの参加者を仕事につなげていくようなことはどうか？

・公民館の社会教育関係の情報も、すべて文部省でデータベース化しつつあり、職業訓練センターや地方の職業訓練・研修制度、企業での研修システムについても労働省がデータベース化しつつある。それと同様の企画は無意味。

・公民館の社会教育関係で講師をしている地域の人などには、収入のためというより、社会参加、自己実現のためという意識で関わっている人が多いので、そのような人達をネットワーク化していくのも面白いだろう。

◇東京一極集中是正とデータベース

・東京一極集中の是正のために、国でも地方拠点法の成立、地域指定という動きがある。地方のオフィス群を作りたいというオフィシャルキャリア構想もあり、情報通信のインフラ整備も進められている。

・それと結びつく形で、日本のどこにいても仕事出来るシステムを考えていきたい。企業が都市から地方に移転していかないなら、『人』が地方にいて仕事をしていけるようにしなければならない。Jターン、Uターンに関心を持っている人は多いのだから。

・個人が東京での収入を地方で得られればもっと豊かな生活が出来る。しかし、オフィスが東京にある限り離れられない。地方でテレコミュニケーションを使うことで仕事出来るなら、ひと月に何回か本社に顔を出すだけで仕事出来る仕組みも作れる。このようなインフラ作りは課題だと思う。

・現実には、勤務先から勧められて、新幹線通勤をしている20代のサラリーマンもいる。住宅補助費用の削減のため、企業が膨大な通勤費用を負担しているのだという。もし地方にサテライトオフィスがあればその通勤費用もなくてすむのだ。

・これからは、個人を大切にする視点から、企業も地方での共同型オフィスを構想していくしかないだろう。

◇データベースのプロトタイプを

・サーチャーの養成については、まず埼玉県でプロトタイプを作って、次第に他地域にも広げていけば、登録人材も多くなる。

・埼玉県でプロトタイプを作り、何らかの方法で全国規模で情報を流してスペシャリストを集め、地方の人材をデータベースで研修していく。

・プロモーションの立場で言うと、ネットワークをまず作ってしまい、それに参加することで生活をエンjoyしている人の事例を世間に見せてしまう。

・転勤予定の人にアプローチして、こちらにうちに研修し、転勤後に地方で仕事をしてもらうという手もある。地方で仕事する上の問題点などもはっきりしてくる。全国的なものと埼玉ローカルのものとの2本立てで実践例を作っている。

◇世界規模のネットワークを目指したデータベースの実現を

・世界規模のネットワークに視点を広げていくべきだ。アメリカ西海岸には多数の日本人が住んでいる。日系企業に勤務していたが、その地が気に入って、帰国命令が出た後も会社を辞めて海外の生活を続けている人も多い。世界各地にいるそのような人とのコミュニケーションネットワークが今はない。そのような、語学その他の実力のある人材のネットワークを作るのは、そう難しいことではないだろう。

・勉強したいならどこに行けばよい、というような項目を並べたネットワークは日本にもすでにある。その種のものとは違い、ネットワーク上で勉強が出来るようなシステムにしたい。

・アメリカではネットワークを使ったカリキュラムもすでに出来ている。日本にいながらアメリカの大学のコースを受講し、単位を取り卒業した例もある。物理的なキャンパスの他に、電子ネットワーク上でバーチャルキャンパスも持っているということだ。

・日本でも、ある専門学校が、アメリカの大学と提携する形で、キャンパスを持たずに電子上での単位取得という試みを始めたという記事を読んだが。

・今後は日本でも、既存のキャンパス以外にバーチャルなキャンパスを持つ所が出て来るだろう。

・大学でKJ法の授業を参観したが、あのようなことは電子上でも出来ると思う。

・KJ法を電子上で行うシステムは、アメリカではすでに出来ていて、運営している。

◇『参画』的教育システムの導入

・さしあたって、電子会議の仕組みの中でも参画的な教育は可能だろう。遠隔地の主婦を教育する時に使ったり出来る。

・そのようなメディアのサーバーを含めて、高水準の仕事に対応出来るシステムを研究開発していけばよいだろう。

◇ネットワーク型シンクタンクのデータベース実現の可能性

・イメージアップと研修システムを整え、早めに養成を始めた方がいい。

・テレセクレタリー、プランナー、研究者などを網羅して、高度なレポートも書けるようなネットワーク型シンクタンクを作ることが在宅勤務者サポートになると考える。だから『参画メディアラボ』の構想を取り入れたい。

・ネットワーク型シンクタンクは日本にはまだ存在しないのか？

・企業内の研究者をネットしたシンクタンクはある。そこに社外のスタッフを少し加えネットワーク化したものもいくつかある。しかし、独立したコンサルタントなどをネットしたビジネスはまだないようだ。一人が1台のパソコンを持っていて、社内のデータベースを個人がフルに活用出来る所はまだ少ない。独立した個人が外部の商用データベースを使って、電子ネット上で情報交換したり仕事をしたりし、ネット自体が事務局の役割を果たして、テーマに沿った共同執筆などが出来るような理想は、日本では今後のことだ。日本では、機械をネット上で使いこなせるという条件がまだ整っていない。

・アメリカなどと違い、狭い日本では電子会議をする必要もそれほどない、という事情もある。

・電子会議で発言した内容が収入になる、という仕組みは日本ではまだ出来ていない。会議やプレストでの提言はあくまでボランティアレベルでしか扱われない。ビジネスとして役立つ提言は収入につながるという仕組みも考えていきたい。

・システム上で共同執筆が出来る仕組みを、私はまだ日本では知らない。ベースとなるテキスト上に複数の人がそれぞれ

れ朱を入れることが可能なソフトが、まだ出来ていない。

・日本では、ワークステーションレベルではその種のものもある。

◇データベース登録者の特化

・私達が考えているデータベースの登録対象は、次のようにしたかどうか。

①ある程度高学歴の女性

②シンクタンク

- A：すでに実力が認められている人
- B：助手、大学院生レベル

とくにBクラスの人材の力を活性化して、発想や考え方に魅力あるレポート、提案、調査などをしていくと面白いのではあるまいか。

・助手や院生にとっては、自分の専門性を活かせる仕事に関われることになる。

・個人のパソコンがなくても、登録すれば電話やファクスで仕事の管理は出来る。翻訳、調査活動の第1段階レベルのものなどに応じられる。必要に応じて、最終報告は専門家が責任を持つ、という形にすればよい。

・助手、院生200～300人のネットワークを作り、仕事はデータベース会社で取ってきて流す。また、会員が自分の所に来た仕事をネット上で交流することも出来るだろう。

・教室単位で、教師が取ってきた仕事を院生がしていることもある。そのような仕事も出来るだろう。

・優秀な院生が多数登録しているデータベースとして売り込み、協賛企業を募る。会員になればこのデータベースにアクセス出来、必要ならコーディネートもする、という売り方が出来る。全国の各分野の院生が登録しているというのは値打ちがある。

・社会的には未熟な院生が多いから、院生がグループで仕事を引き受けた場合、契約段階でコーディネートするほうがトラブルが起きない。企業と院生の金銭の受渡しにはコーディネート会社が入るようにして。

◇現存データベースの問題点

・日本のデータベースは参画型ではない。参画型データベースとは、関わる人が情報を提供して、データベースの内容をどんどん増殖していくもの。現在日本のデータベースは情報を供与するだけである。

・確かに商用データベースでは、作っている側の意識のみに情報は左右されている。アメリカのダイアログの場合膨大なファイルがあり、その範囲内ではコミュニケーションネットワーク上で、エンドユーザー同士のコミュニケーションもエンドユーザーとレンダーとのコミュニケーションも出来る。ただし、エンドユーザーが情報を加えたりすることは不可能。

日本でも商用データベースの流れをみても、エンドユーザーに一方的に流すだけではなく、エンドユーザーの反響もフィードバックしていく時代になるだろう。

・今まではだらだらと流れていた情報や、発言の内容をシソーラス化して、キーワードで検索出来るような仕組みが必要ではないか。

・電子メールでやりとりされる膨大な情報を検索出来るソフトはまだない。ただし、不必要な情報まで検索出来る必要はないから、読む価値のあるSIGの集合体のみで十分だ。

・必要か否かは利用者の受け止め次第。雑誌の投稿欄のように、こちらで必要と思う内容を選んでいけばよい。

◇サーチャー育成の必要性

・キッチンセクレタリー（テレセクレタリー）とはどんな内容か？

・優秀な主婦層をネットワークして、中小企業の社長や広報スタッフに代わって他の企業やマスコミとの対応などしていきけるようにし、コミットレディと称する。そのために主婦層を教育してレベルアップを図っていく。情報センターが持っているネットの中で、テレセクレタリーが電話やファクスを駆使して、他企業のテレセクレタリーとやりとりしたり、パソコン通信の打てない経営者に代行して発言したり情報集めしたりする。そのようなことはパソコンネット自体を活性化するだろう。

また、主婦の持っている固有の情報を活かして、マーケティングをメインにしていけるだろう。ある企業が商品開発したものが消費者としての立場からみて商品として価値があるかどうかというような調査などは。

- ・ポイントはデータベース化という点にあるようだが。
- ・コミットレディのプロフィールをデータベース化し、商用データベースから検索出来るようにする。
- ・10～20人程度ではデータベース化しても仕方ない。人数を揃え、仕事内容を具体的にしておく必要がある。
- ・まず、データベースを使いこなせるよう教育していったらどうだろうか。つまりサーチャーの養成をして、それを基礎にして最近女子学生に人気の秘書の資格を持っている人材をセットにして、アピールしていくとよいだろう。広報誌を作る力もあり、マーケティングのセンスもあるというのがコミットレディというように。
- ・教育・研修をしてコミットレディを育成していくには、サーチャーの仕事を拡大していくことが大事だと思う。教育体系を作っていくには、研修・活用体系をどう作っていくか考えないといけない。
- ・通常大学で行われているような一方的に講義をするような形ではなく、受ける側のレベルや関心の状況に応じて自由にインタラクティブに学習出来る教材作りが必要だ。ペーパーレベルの教材を電子化していく。
- ・オンラインでは、多くの人が学び合えるという点に意義がある。サーチャーの基礎を学ぶような場合にはスタンドアロンのほうがよいだろう。
- ・サーチャーやエンドユーザーなどの、データベースに関わる仕事の人を増やしていく、ということから始めてみよう。エンドユーザーが研修を受けてサーチャーに育っていく仕組み、また経験と努力次第でグレードが上がっていく仕組みについて、検討していこう。
- ・専門家の情報収集をサポートするような場合には、サーチャー自体がその分野のスペシャリストでなければ無理ということになる。
- ・院生レベルの登録者にとっては、そのような情報収集の機会に参加することが自身の研究にプラスするというメリットもあるだろう。
- ・今の日本の状況では、技術開発のためには海外の特許情報や技術情報を常に収集しなくてはならない。その情報を日本語に翻訳し、要点をまとめ、利用しやすいようにDTPで出すという作業が必要になる。企業にも当然そのようなニーズはある。そのようなスキルのある付加価値に対して、企業がどこまで費用を出せるかどうか、という問題はあがる。
- ・参画型の教育の仕組みを作り、サーチャーを育成していくという方向で進めていこう。

◇報酬の体系について

- ・企業からホームワーカーの仕事に対して支払われる報酬と、データベースの運営体（センター）のコーディネート料金はどのような仕組みにしたらいだろうか？コーディネート料としてセンターが受け取る金額は、どのくらいが適当だろうか？
- ・単なるコーディネート料なら15%くらいが適当だろう。ただし、仕事内容をフォローする必要がある場合には別途考える必要があるが。
- ・ワーカーはまずA、B、Cというようにレベル別に登録する。そのワーカーのランク別の料金表を、企業に対して明示する。それにコーディネート料15%を加算した金額を、企業に支払ってもらうことにしたらどうだろうか。
クライアントの側から見れば、ワーカーの賃金をオープンにしてあると、明朗なセンターという印象を受けるだろう。
- ・Aランクのワーカーは、センターでチェックを入れなくても大丈夫と認定出来る人。でも、B、Cランクのワーカーに依頼した上で、センターでチェックを入れてくれというようなクライアントもいるかもしれない。
- ・翻訳の場合、普通はネイティブチェックを入れるくらい。その場合はチェック料として10%プラスしたらいいだろう。

◇登録者個人票について

- ・登録者の実名を出すことは、登録する側からいやがられないだろうか？
- ・クライアントにしてみれば、一度仕事をしてもらってよかったからと、2度目からは指名することも可能だ。ただし、その場合には必ずセンターを通すというようにしておかないと、センターとしては大変なことになる。

・センターが中に入って仕事の受渡しをする場合は問題がないが、例えばクリエイティビティの高い仕事内容の場合など、クライアントとワーカーとが直接連絡を取り合って進めることになる。そのような場合、2回目に仕事を依頼する際にはセンターを通さずに進められる可能性もある。そのようなことは出来るだけしてほしくないが。

・入会時点で『マナースタディ』を開き、センターの考え方、方針、志、などを十分理解してもらえない。

・ワーカーにしてみれば、その仕事を紹介してくれたのはセンターであるということを常に念頭において企業とやり取りしてほしいものだ。そのことを約束ごととしてうたうべきだ。

・料金体系から言うと、ワーカーとしてはセンターを通して別に損はしないわけだ。むしろセンターが営業をしてくれるわけだから、センターに依存していたほうが楽だと言える。

・直でやってメリットがあるのは、コーディネート料を払わずにすむ企業の側だけだ。

◇ワーカーの力の評価について

・シンクタンク的な仕事など、あまりクリエイティビティの高い仕事をする人がそんなに登録するとは思えないが。

・アフターファイブのサラリーマンなどがワーカーとして登録する可能性もあると考えている。

・個人票に、主婦、サラリーマン、フリーランサーなどとワーカーの属性を記載することについてはどうだろうか？

・あまり主婦ばかりが登録しているデータベースだと、企業からの信頼は薄くなってしまう。

・しかし、主婦でもフリーランサーとして仕事出来る人なら、フリーランサーという属性で十分だと思う。だから、あえて属性を明示する必要はないと思う。要するに、仕事能力を客観的に評価することが出来れば問題はないのだから。

・ランクづけにあたって、検定の種類を調査し、リストアップしよう。

・検定制度を利用出来る職種については、それを利用し、ランクづけをする。中には、検定は受けていないので資格はないが、仕事は出来るという人は多いはず。そのような人にはトライアウトによってその能力を評価し、公正なランクづけをすることが可能だ。

◇マナースタディについて

・マナースタディは、センターの方針や理念などをワーカーに十分理解してもらい、仕事をしやすくするための研修の場である。

・ワーカーと言っても千差万別で、中には仕事を初めてやるという人もいるだろうし、また、OL時代にワープロを打っていたから、育児の傍らホームワークしたいという人もいるだろう。それぞれが、独立したワーカーとして仕事をしていくという心構えで、責任感を持って臨んでもらわなくてはならない。そのような、ワーカーの『心得集』のようなものでよいのではないか。

・教育システムとして企業の信頼を得る手段にもなる。企業にとっての心配の要素（仕事上の秘密は厳守する。責任を持って仕事を仕上げる、など）についても、この機会に徹底しておく。

◇教育・研修システムについて

・研修システムは有料で、希望者を対象として行う形になるだろう。各種の教育機関とタイアップして行う方法もある。

・全部自分の所でやる必要はないわけだし、いろいろの所と提携することでビジネスも広がるから、その方法には賛成出来る。ただ、『マルチメディア検定』だけでも、私達の手でしていきたいという声が、今までの委員会から出てきた。

・翻訳などは他にいくらかでも検定の組織がある。しかし、これからの分野のものとして、マルチメディアの技術者の養成をめざし、その検定制度の確立をここの目玉として売り出していきたいと思う。将来的にはその方向をめざしていきたいものだ。

・『マルチメディア検定』を検討していくのは難しい。しかし、マルチメディアという項目を作ることは可能だろう。その中に名前の一覧を出しておき、登録者のAさん（イラストレーター）のデータを検索すると、こんなイラストを描いているとか、マッキントッシュを使った動画を得意とする、とかいうように分かる仕組みにしておけばよい。キャドで設計図面を描ける人材とかいうように。

つまり、ニューメディア的な仕事を得意とする人材はこれだけいます、というメニューを作っておく方法なら可能だろう。

・キーワードをいくつか明示しておいて、どこからでも検索出来るようにすればよい。フリーワードよりも30くらいの職種を選んでおいて、その中から選ばせるようにする。技術的に可能ならば、自己PRの中でフリーワードを使ったらいいだろう。自己PRとランクの間に三段階くらいで経験の程度などを記載したらよい。

3. 4 技術的側面検討部会における問題点の整理

データベースの現在ある問題点を踏まえながら、他の3つの部会で語られた内容が、技術的に可能であるかどうかの検討を行うとともに、具体的にプロトタイプ作成に向けての提案を行う役割を担うのが技術的側面検討部会である。ここでは勿論、技術的な面からの検討がなされたが、第1回の部会において技術的にはほとんどの事柄が可能だが、どこまで具体化するかは、経済的なことまで含めた課題であるとの意見が出され、まずは経済的側面も含めた仕様が明確化されることが重要である、との認識がなされた。それを受け、第2回部会の前半は、より詳細な仕組みの検討がなされた。主たる検討課題は以下の通りである。

- ・データベースの基本与件と特色は何か
- ・プロトタイプ作成にあたっての技術的課題
- ・既存の商用ネットワークへの接続は可能なのか
- ・研修データベースへのゲートウェイの仕組み

3. 4. 1 データベースの基本与件と特色

医学をはじめとした広汎な分野でマルチメディアに対してのニーズが高まっている。

通信機器類の発達もめざましい。画像をもって企業に訴求出来る分野を考えただけで、マルチメディア対応のデータベースを構築していくべきであろう、との意見が大勢であったが、一方当初から画像等までふくみこむのではなく、拡張性のあるリレーショナルデータベースを前提として考えて、段階的に充実させていってはどうかとの意見も出された。

3. 4. 2 プロトタイプ作成にあたっての技術的課題

リアルタイムで、企業が登録ワーカーの検索を出来るような仕組みのデータベースを考えているが、そうした形で画像情報データベースを考えるのは、現時点では無理であろう、との内容が語られた。まずは段階的に理想に近づけていくことを考え、現時点ではファクス等をうまく併用していく方向がいいのではないかと、との意見も出された。

具体的な機種名としては、マルチメディアを考えるということで、マッキントッシュやUNIXマシン、またソフトウェア名としては、4th DIMENSIONが挙げられた。

3. 4. 3 既存の商用ネットワークへの接続

技術的には、どの時点でも既存の商用電子データベースにつなげることは可能であるが、ここでも通信インフラのネックがあり、たとえつなげたとしてもマルチメディアデータベースとして、通信上で扱うことは出来ない、ということが語られた。テキストベースでは、既存のネットワークとつなげることのメリットは大きいが、技術的な案件に関しては、つなげる相手先が決まらないと細かくはつめられないということであった。

3. 4. 4 研修データベースへのゲートウェイの仕組み

研修に関しては、ゲートウェイで、既存の仕組みにつなげるようにするのがいいのではないか、ということであった。これだと独自に一から創り出す手間がはぶけ、また質の高い組織を選定することも可能になる。具体的な固有名として財団法人中央職業能力開発協会（注1）や『参画メディアラボ（注2）』『SAS（システム・アナリスト・ソサエティ）（注3）』等の名称が挙げられた。

（注1）労働省の外郭団体。各種スクール情報や能力開発教材等の情報データベース「職業能力開発データベース」を現在構築中である。

（注2）武蔵大学の林義樹助教授（教育学）を代表とし、（株）認知科学研究所と（株）志木サテライトオフィス・ビジネスセンターが事務局になって行っている任意の研究団体。

（注3）全国に100名程の会員（公称）を持つ任意の異業種交流団体。

第 1 回 - 技術的側面検討部会議事録

〈日時〉平成4年9月29日(火) 9:30~12:15

〈場所〉志木サテライトオフィス

〈出席者〉◇鈴木敏行 ◇波多野直樹 ◇佐藤幸治 ◇匠 英一 ◇柴田郁夫

◇データベースの基本と件

・データベース運営会社(A社と仮称する)の役割を考えると、

- ①企業からのニーズを集める。
- ②ワーカーの管理をする(進捗管理など)
- ③優秀なワーカーを多く集める。

この3条件を満たすデータベースにする必要がある。

将来的には、『ニフティサーブ』のような所とアクセス出来るデータベースの構築をめざしたらどうか?

・企業は、人材派遣業のような、誰が派遣されるか分からないような仕組みには魅力を感じてはいない。まず人材派遣業との違いを明確にしたい。教育のシステムを確立し、データベースで紹介したあと、ワーカーと企業をコーディネートし、教育する。コーディネートは、通信メディアを使って行う。

・人材派遣業ではアウトプットを保証しない。派遣した人の能力が悪く企業から苦情が来れば新しい人を派遣するだけだ。その点を違いとして打ち出すべきだ。作品がよくなければ企業から報酬を取らないこととする。

・仕事に対して集まってくる人材のグループが出来たら、グループ単位を企業に紹介したり、グループをインキュベートしたりも出来る。そのようなインキュベータ機能も果たせるデータベースにしたい。今まで、ここ志木サテライトオフィスでもそのようにして活動してきた。そしてワーカーと企業のコミュニケーションツールとして通信機器を使う。静止画を大きく位置づけたデータベースにするべきだ。

・A社は、個人としてのワーカーを集め、そのグループのネットワークを作り、教育をする。企業とワーカーとのコーディネートをし、ワーカーのリーダーを取りまとめる。

・主婦のワーカーの場合、家族が病気になった時に仕事を交代してもらえようという体制もほしいだろう。進捗管理も大切だが、代打要員が保証されているというような条件も、企業とワーカー双方にとって必要であろう。

・データベースを通して非常に多くの人の努力のお陰で仕事出来るのだという認識を登録者は持たなければ長続きはしない。各所で異業種交流の場が持たれながら成功例が少ないのは、そんな他者への感謝の気持ちを持たず、自分本位の考え方をする参加者が多いためであろう。

◇本データベースの特色

・まず1つの分野に特定したデータベースをシュミレーションとして作り、将来的にはそれを広げる形で、守備範囲を拡大していきたい。

・特定するジャンルということで考えると、現在ではスライドを利用出来るソフトが開発され、文字や言葉では説明しきれないものを一目瞭然に出来、しかも通信機器を使って送れるので、医学などの分野で普及しつつある。

例えば医学分野ではこれまで、多忙な医学者がこのスライド作成をしてきたが、デザイナーに任せられればという要望が強い。このスライド作成にあたっては、多くの人と企業の力が必要になるが、『餅は餅屋』、それぞれの専門家が関わることで、よりよいものが完成する。こんな時、コーディネートする機能をA社が果たせればよいと思う。

・また、例えば総合病院で患者を診察した医師が、その患者の他の科のカルテをみたい時、また他の部門の知識や情報を得たい時、今はコンピュータ化しているため苦勞する医師もいると聞く。そのような場面でもマルチメディアのホームワーカーの協力が可能ではないか。

・例えば医師が学会の発表にあたって図の作成を依頼したいとき、企業A社に問い合わせ、過去の作品が画像となっているデータベースを検索することで希望のデザイナーなりを選ぶことが出来るというようなシステムなのか?

・そうだ。ただ、現実にはまだそのようなデータベースはない。

・画像を使ったデータベース作りを考えるなら、画像を以て企業に訴求できる分野は何かを第一に考えなければいけない。またマルチメディアを手段としなければ出来ない内容の仕事分野を絞って考えないと、何のための『マルチメディアのデータベース』なのか、意味をなさなくなってしまう。

・医学に限らず広汎な分野でマルチメディアのニーズは高くなっている。今まで1日がかかりで届けていた情報等が、現代では通信で瞬時に出来るのだから。

・企業は多くのマシンを持っている。しかし、機種異なるマシン同士をつなげる道具は持っていない。ニーズが先にあり、それに応じて仕事をこなしていくには、マッキントッシュが一番効率が良いと言える。

・今まではデータベースは企業側が持っていた。では、ここで考えるデータベースはどこにおくのか？

・多くのワーカーがばらばらに登録しては、機能が不完全。データベースは集中させる必要がある。だが各社が自分の持っている秘密をオープンにするはずはなく、集中化は難しい。業界の組合的なものになればよいが、後発のA社には無理。

・業種を絞るには、どのようにするか問題であるが、検定制という案を実行させるにはまだ難しい問題もある。検定というのは公的なもので、A社が単独で実施しても権威は薄い。何らかの公的機関をバックにつける方がよい。同時平行している『参画メディアラボ』でその仕組みを作りたい。そこはすでに大学関係者30人、学会会長10人も名を連ねる100人ほどの団体である。そのプロジェクトの中で、実際にデータベースを我々が考えていくようにしたい。

・ワーカー自身もどの程度の能力があるのか知り、それを企業側に認めてほしいと思っている。ワーカーの水準規定をしやすくし、一定レベル以上のワーカーを揃えたうえで、評価を組み込んだデータベースとして企業に売り込む。企業側にとってもデータベースへの期待が高くなる。そのように多くの要因をつなげて相乗効果で全体を高めていきたい。

・公的機関の検定制と、A社で行う研修システムの2本の柱をA社のデータベースの機能としてつなげ、A社がビジネスとしていけるようにしたい。

◇技術面の検討課題とプロトタイプ作成

・技術的側面検討部会では「ワーカーのネットワークづくり」「ニフティサーブのような既成の組織とどうつながりを持てるか」などについて技術面から考えていきたい。

フォーマット（登録者の個人ファイルの並べ方など）の作り方、他のソフトにどう組み合わせていくか（例えば学習面を打ち出すためにどんな所とつなげていくかなど）、という点から、技術的にはどんな問題が出てくるだろうか。そこを検討していく中で、具体的なデータベースのモデルが見えてくると思う。

・大規模のデータベースを作るとしたら予算的にも莫大なものになってしまう。それを運営していくのもまた大変なことだ。

・さしあたってはプロトタイプでよい。よく似たことをやっている人材派遣会社などではデータベースはどのように作られているのだろうか？

☐ 画像を利用してその種のデータベースを作っている所があるのか

☐ 画像を入れた場合、ハードウェアにはどのくらいゆとりのあるものを使う必要があるか

☐ ひとまずA社で1000人登録を目標にプロトタイプを作るとしてソフトとハードはどのようにしていくか

☐ もし大企業に協力していただけたらどの程度のことが可能か

☐ A社の場所と運営開始時期は

等々、委員の皆様には助言をお願いしたい。さしあたりこの志木サテライトオフィスで来年度300人登録のホームワークスサポートデータベースを作ろうと計画している。

・300人程度では小規模にすぎる。キーマンが300人いてもよいくらいだ。キーマンの存在は非常に重要である。ネットワークの核として、企業の立場でもキーマン次第で仕事の発注をすることになる。

◇プロトタイプを作るにあたっての機種の検討

・ふさわしい機種などを種々検討し、出来れば機種も選定してからプロトタイプを作る方向にもっていききたい。

・具体的にどんな機種がよいだろうか？

・このような方向づけから言えば、キャラクターデータベースからイメージデータベースに転換していけるので、マッキントッシュがよい。現在30万人がデータベースに登録している。

・最初はプロトタイプを作り、将来的には大きくしていく。『ニフティサーブ』のような外部のデータベースともアクセス出来るシステムを作り利用したい。そんな条件にマッキントッシュなら応えられるのか？

・私が考えているプロトタイプは、登録者300人程度を画像として入れたデータベースで、メモリーなどの容量はあまり大きくなくてもよい。

ところで、ここで次のようないくつかの課題がある。

①『教員』『教師』『学校関係者』など複数の語彙が混在していると検索時に混乱してしまうので、用語の統一をシソー

ラスのどのレベルでしておいたらよいか。

②キーマンの力量（組織力、専門分野でのレベルなど）をどのように入れるか。

以上の点などを検討してフォーマットを作ったワーカー側のデータベースを企業側に提示して、利用についてアンケートをとってみて、課題をクリアするののも一方法だ。

・アンケートなら机上でも作れる。マルチメディアの現場を知らない企業側の人達を納得させるのは難しい。データベースのモデルのようなものを提示し、企業側の要望に合っているかどうかを探ることはよい考えだ。

・企業のニーズがあるかどうかはまず心配な点だ。

・技術的側面では、まず作業レベルで進めモデルを作って、ハードやソフトのメーカーに内容を打診してみて、その後で再度委員会で話し合うことにしよう。

・企業においても画像を取り込んだデータベースの利用は将来広がってくるだろうから、顧客データベースとしての可能性は高い。

・現在人材派遣会社や結婚相談所でどんなデータベースが使用されているか、そのデータベースの問題点は何か、を探ってみる。もしまだ使用していない所には、我々が構想しているデータベースのモデルをみせて、アンケート調査によって使用したいかどうかなどの反応をみる。それによりわれわれの構想の問題点も分かるだろう。

・企業側の立場からみて、例えばマッキントッシュではシェアが小さいから他の機種と連動出来るのがよいというような、企業が今までの資産を活かせるような提案も今後していただきたい。

・システム設計を考えると、サーバーとしては、UNIXマシン、あるいはマッキントッシュQuadra700を使う必要があると思う。データベースの容量を大きくする必要からその程度は最低ほしい。また、クライアント側はMac/CiまたはMac/Fxレベルで十分である。ただし、データベース構築の最初の半年を初期段階とみなし、その間は、容量も少ないので、サーバー側もMac/CiまたはMac/Fxで対処する。その間は、ソフトは4th DIMENSIONの下位版であるファイルフォースがよいだろう。この4th DIMENSIONを選んだ理由は、これならオペレーターが専門的知識を持っていなくても無理なく扱えるという点である。

・4th DIMENSIONの機能の優位性としては、

①多様なユーザーの立場に応じて、アクセス管理が柔軟に出来る点。これのファクス向けの機能を装着させた場合は、企業からファクスで送ってきたものにも対応してこちらのフォーマットに直し、さらに企業にファクスで送り返すことも可能な多様性も備えている。また、アクセス管理をグループ単位で出来るという利点もある。だから、ワーカーの種類によって、グループごとに対応していくことで、ワーカー管理もある程度簡潔化出来る。

②高いプログラミング環境とカスタマイズ機能を持つこと。

③マッキントッシュの特徴である静止画、動画、グラフィックの扱いも可能。動画は現時点は問題も多いから、せいぜい静止画止まりかもしれないが、グラフィックなら、画面上のグラフィックを電話回線で送信することが十分可能だ。費用は、ソフト（DIMENSION）が20万円、ファクスモデムが10万円、通信ソフト（アップルトープ）が5万円程度と考えていい。

・次にシステムの構造について考えると、運営事務局の中にファクスをつないだサーバー（UNIX）とマッキントッシュがあり、オペレーターがいる。このオペレーターは1人でもよく、とくに専門知識がなくとも、慣れれば十分機能を果たすことが可能である。

第2回・技術的側面検討部会議事録

<日時>平成5年1月18日(月)15:00~18:00

<場所>志木サテライトオフィス

<出席者>◇鈴木敏行 ◇佐藤幸治 ◇匠 英一 ◇柴田郁夫

◇データベースの作成と検索方法

・作成の形としては、個人プロフィールデータベースをすること。

・職業別のデータベースを作り、個人のデータ別プロフィールをどう検索するかで企業がほしい人材を探せるようにすればよい。IDから検索することも職種から検索することも出来るような仕組みを考えるべきである。データベースは1種類ですんでしまう。

・CD-ROMを作りたい会社が、自己PRや作品のフリーワード検索で人材を選んでセンターに指名してきた場合、翻訳などちがって賃金が明示されていないわけだが。

・そのようなオーダーが来た場合、センターが中にたって契約を取り交わし、コーディネーター・フィーとして15%上乘せして企業に請求する。

◇サポート情報データベースについて

・この構想は2本のデータベースで成り立たせる。1本は人材データベース、もう1本はサポート情報データベース。

サポート情報データベースは、在宅勤務者が困った時に検索出来るような機能と情報を備えたデータベースである。Q&A方式で、在宅勤務をサポートする情報のデータをまとめたいと考えている。

・それにはパソコン通信のボードの感覚を取り入れ、互いに交流出来るようにするとよいのではないかと。

・交流となると具体的に名前も出てくる。ワーカーが相互に交流するのが目的でも企業が顔を出すようになると、センターの立場がなくなってしまう。

・会議室だけで、個人メールボックスは作らないようにする。

・Q&Aを2本にして、1本はデータ集、1本はボード(会議室)にしておく。そこではワーカーのA子さんも答えるしセンターも答える、というようにしておく。それが程度度まとまったらフィックスしてデータ集に入れる。そういう形にするとまとまりがつく。

・データ集の中に行政はどう支援してくれるかというような公的窓口の情報も入れたらどうか。私自身いずれUターンしてホームワークしたいという気持ちがある。Uターンのような情報もほしい。

・確かにこのデータベースに登録して仕事するだけでは生計を立てるのは難しいかもしれない。Uターンして定職を得て、その上でホームワークで好きな仕事をしたいというケースもこれからはあるだろう。その種の相談窓口もあれば知りたいということになる。

・在宅勤務の環境作り、家族に対するコミュニケーションのとりかた、法的なことなど、データ集に集めたい。

・ハウトゥー的な、実践レベルの情報を集めた方がよい。

・照明器具、机など、どのメーカーのどの型番が使いやすい、という所までふみこめたらよい。

・パソコンは持っているがプリンターがない。どこへいけばプリントアウトしてくれるか、というような情報がほしい場合もある。

・クライアントとのトラブル、家族との接し方、など。

・現実に『家族との接し方』は、ホームワーカーが直面している問題。自分は仕事の態勢でいるのに家族の理解と協力が得られない、という問題に悩まされていることは多いようだ。

・むしろ『これからはホームワーカーの方が能力あるんだ』ということを知ってもらわなければならない。

・そのような悩みは多くのホームワーカーが抱えている。

・会社に行くことで気持ちの切り替えができたが、常に家庭の中にいることで、本人も家族も、すべて狭い空間に混在してしまい、どうにもならない状態になってしまう。

・自分自身に関する部分は、例えば『仕事を始める前に一旦外に出て気持ちを整えてから家に入って仕事開始』というような方法で乗り越えられる。しかし、家族や周囲の人との関わりが入ってくるとなかなか大変だ。それらの悩みは交流ボードで出し合い、よいものについてはフィックスした項目を登録し、それには謝礼を出すことにしよう。

・Q & Aの情報システムには、『仕事関連の項目』『キャリアアップしたい人の項目』なども入れたい。研修機関にゲートウェイしていてもよい。

・このデータベースでは随時技術教育や研修を受けられることを特徴づけたい。

・Q & Aに入れる分野をまとめてみると、次のようになる。

☐ 環境面の情報

☐ ビジネスマナーに関する情報

☐ 自己管理術に関する情報（セルフマネジメント、自己啓発、向上意欲などに関すること）

☐ 雇用、賃金に関すること

☐ 仕事する上で利用出来る施設、設備などの情報

☐ 在宅勤務をめぐる窓口や書籍などの情報

☐ 勇気づけのための事例集（シニアの人が仕事を始めた事例なども）など。

◇信頼されるイメージ作り

・センターのイメージを、企業やワーカーが、どうとらえるかが問題だ。どんなメンバーが登録しているかが、ネットワークの評価を左右することにもなる。大学院生も積極的に登録して、ステイタスを上げることにつなげたいと思う。

・働くためのマナー研修は終了しているワーカーの集まりだ、ということは最低基準とすべきである。ワーカーの質の向上に努めている姿勢もセンターの評価につながる。

・センターの役割は一種のコミッショナー。全体の向上を常に考慮して運営していくことが必要である。儲けのためにのみ運営するのではなく、公的意味合いもある。だからどちらかと言えば、運営体は社団法人のような形がよいのだが。

◇センターの役割と意義

・登録時にワーカーがまず心配するのは、ここに登録すれば必ず仕事をもらえるのか、という点だろう。年5000円の登録料を支払っても、永続的に仕事が保証されるのか？と。

・『センターの役割はコーディネートすること』と、まず最初にセンターの役割を伝えておくしかない。少しでも多くの仕事を、多くのワーカーに均等にいくよう努力していくのがセンターの仕事なのだから。

・Cランクの人など、仕事が来ないのではないかという不安があるだろう。クライアントによっては、そのレベルの人に仕事してもらおうだろうし、また、データベースの教育システムを利用してラインアップを図ってもらうしかない。

・他の委員会で出た意見だが、センターでは一生懸命営業努力をしても、企業側が登録ワーカーの質を疑問視する限り安心して任せてくれないだろう、ということもある。この点にはワーカーの選定基準、研修制度を明確にしておくことで、理解を得るしかないだろう。あとは、実績で評価してもらうだけだ。

・私としては、『どこにいても仕事出来る仕組み』『フレックスワーク』というコンセプトにつながる構想だと思っている。だからサテライトオフィス協会の事業の一環としてこの構想を考えてほしいと望んでいる。その後で、ニフティなどの組織とのつながりを考えていきたい。

・女性の賛同を得てそのパワーを活用していくためには、この取り組みが『社会に貢献していくものだ』ということアピールし、展示会、バザーなどのイベントを取り込み、カルチャーセンター的に展開していくのが効果的だろう。

◇既存の商用データベースとつながることの技術的可能性

・以上、データベースの仕様について検討してきたわけだが、それが技術的にみて可能か否か、専門的立場からお話しいただきたい。第1回の技術的側面検討部会でも、まずきちんとした仕様を作ってみることが大切ということになっていた。気がかりなのは、「このデータベースは電子ネットとして、例えばニフティのようなネットワークからのゲートウェイが可能なのか」また、「このデータベースから他の会社のネットワークへのゲートウェイが可能なのか」ということだ。

・一連の仕組みの構想は、今の技術力をもってすれば不可能ではないと思う。しかしいくつかの不安はある。

例えばマナースタディでこのデータベースの仕組みやマナーを学ぶ方法としては、自動的に講習や研修の仕組みをV A Nに組み込みインタラクティブにやりながら学んでいけるオーサウェア的なものかと思うが、それが通信ネットワークの上でうまくいくかな、と思う。

というのは、技術力では問題がないが、情報インフラの問題があると思うからだ。ISDN回線(INS64)では、オーサウェア的なものまで対応出来ないであろう。私自身、例えばマナースタディなど『マルチメディア』オーサウェアにしたらとてもよい、と思うが、今の技術では出来ても、今の情報インフラでは難しいと思う。

もう一点はデータベースが画像データベースでも、マルチメディアのデザイナーの動画作品等は、今のインフラでは対応出来まい、と思うのだ。もしニフティとゲートウェイしようとしてもニフティの機能がそこまで対応出来るものではない。また、求人者側(つまりデータベースを見る側)もそれに応じられる機器(動画を映せる端末や高速回線など)を持っていない、という問題もある。

◇現時点でのマルチメディアデータベース

・現時点での可能性としては、バイナリーデータで動画の情報をひとまとめにして送ってしまい、それを取り込んでから、動画の見えるスタンドアロンのアプリケーションソフトで見る、という方法はある。だがそれでは本当のマルチメディアデータベースとは言えない。現状でのパソコン通信につなげるのなら、マルチメディアデータベースというのはなかなか難しいと思う。

・唯一可能なのは、バイナリーデータでAさんという人材の文字のデータに、「この人には動画のファイルがある。必要なら送る」という記載をしておく。求人側がそれを見てAさんの動画を見たいと思ったら、バイナリーデータでその動画をダウンロードし、それをアプリケーションソフトにかけて見ることが出来る。マッキントッシュであればクイックタイム、あるいはサブプリクス方式で、QLD方式でも見ることも可能だ。

いずれにしても、保存の方法までデータに記載しておけば、見たい側がそれを取り込みダウンロードし、それをアプリケーションソフトにかけて見ることが出来るというわけだ。

◇研修データベースのゲートウェイの可能性

・今考えているデータベースからゲートウェイで外に出ることは勿論出来る。ただ、つなげた先(例えば研修をする機関など)がどうか、という問題がある。最近ではマルチメディア研修と言えるものが増えている。C Iにしても動画や静止画など画像を使ったものが多いし、今後ますます増えてくるだろう。すると、やはり先程指摘した問題が起きてくる。マルチメディアオーサウェアで研修している機関とつなげることは通信インフラが整っていない段階では、オンライン上では難しい。そう考えると、マルチメディアという点では限界がある。構想は非常によいと思うのだが、今後の課題と言うほかない。

・現時点でどこまで出来るかということを考えると、研修機関にゲートウェイするといっても、オンラインで出来ないならばファクスや宅急便を活用するなどに対応していくことだろう。さしあたっては、具体的に研修のための窓口の機能を持っているということが大切なのだと思う。

◇電子擬似貨幣の技術的問題

・もう一点聞きたい。経済的側面検討部会で話されたことだが、一種の擬似貨幣を使って電子上でやり取りすることは可能なのだろうか？

・ニフティの中などで金銭上のやり取りがあった場合に、電子上の数値をやり取りするというようなことに似ていると思う。不可能ではないが、とても煩雑になってしまうだろう。その構想はとてもよく分かる。しかし、現時点でのどのパソコン通信でも、根本的には個人の持っている点数の管理をセンター側でなくてはならない仕組みになっている。お金はお足と言われているように、とても流動的なもの。ネットの中で経済活動がある場合はセンター側でも責任を持たなくてはならない。もし金銭のトラブルが起きたら、やはりセンターが責任を問われることになる。

ただし、これは一種のゲームだと考えて個人レベルのやり取りですませ、そこまではセンターが責任を持たないということにしておけば、問題はないだろうが。

・いずれにしても現時点ではまだインフラその他の条件から難しい問題も含んではいるが、それがうまくいくかどうか、実現可能かどうかということは、仕様をしっかりと練っていく段階で考えていかなければならないことだろう。

◇教育研修システム、遠隔情報支援システムについて

・ワーカーの教育などをするシステムとしては、

①SE、プログラマーの養成については、例えば聯アイテックがすでに行っている遠隔研修のシステムを利用させてもらう。

②その他の職種の研修に関しては、例えば『参画メディアラボ』での研修システム構築に期待。

③また、(財団法人)中央職業能力開発協会の機能を利用。

の3団体とのネットワーク型の教育研修制度を作る。顧客情報、検定情報、出版情報などのホームワーカーにとっての必要情報をネットにして、必要な団体からワーカーを送ってもらう方法をとる。この3団体は、ともにサーバーはUNIXを使っている、ソフト上でも問題なく、ネット作りが可能である。

・また、4th DIMENSIONでは、各ユーザー別に、誰がどれだけの時間をオペレートして使ったというような、使用料に関してのセッティングも出来る。必要な情報はダイヤルQ2を使う方法もある。例えば瞬ダブルクイックが行っている自動資料送付システムはファクスネットを使って協力してくれるとも言っている、それなども利用出来るだろう。

・UNIXマシンは、イーサートクを使い、インターフェイスとしてはイーサネット系のものを使う。初期には、事務局内でイーサネット系のものを使うほど、大きなものは必要ないが、将来データベースが大きくなりUNIXを使うようになったら、そのようにしないと意味がない。ローカルトークよりも高速なネットワーク回線にすることが可能だ。サーバーは、70万円程度で売り出されているから金額的にもそう無理はないだろう。

・経営的には、ダイヤルQ2の利用を考えたり、パソコンネットの中で、従量制を取り、1分いくらというように料金設定をしていくのもよい。

・研修についてはビジネスとして成立するかどうか、分からないところだ。先程の3団体とのネットワーク型教育研修制度を作り、検定もそれぞれを利用して行う。アイテックでは通信教育で、SE、プログラマー関係だけなので、それ以外の能力判定については独自に基準を設けるなどをしていくのがよいだろう。『参画メディアラボ』では、新たな研修検定事業制度のシステム化を計画中なので、そこへの協力を要請していくことも検討するのもよい。

・登録を希望する人材としては、比較的知的レベルの高い仕事を求める中高年層のワーカーと、ローエンドの仕事を求める主婦などの層とに2分されると思う。クライアントとしても、それによって対応が違うので、きちんと分けておく必要があるだろう。

『参画メディアラボ』、SAS、経済情報学会とのネットを作ることで、コンサルタントなど、高度な仕事内容を求める中高年層に能力を生かせる場の提供と支援を可能にしていきたい。それらの組織の特徴と、ネットのワークを柱にして、強力なネットワーク型データベースを作っていくことが必要だ。

『参画メディアラボ』は教育、医療関係がターゲットだから、それを中心に据えて専門性を明確に出していくというやり方が大事だろう。とくに初期にはセンターの『売り』を大切にする必要がある、核を作ることで専門性を強調していくべきだ。

主婦層については、埼玉の中小企業振興公社の情報センターをサポートする『SSJコミットレディ』などの構想を盛り込むこともいいのではないかな。

◇ファクスをパソコンにつなげる

・パソコンネットとファクスネットを組み合わせる方法として、ある会社がこんな事業をやっている。

企業会員から、ファクスで雇用情報を送ってもらい、個人会員に電話回線を使ってボイスメールでその情報を送る。そしてまた、企業側にファクスで送り返す。企業会員は年間30万円の会費を払い、個人は会費無料。これは全国的に波及しそうな気配である。パソコンは普及度と利用の簡便性から、いまずぐ広範に実用化するとは思えないが、ファクスは主婦層にも受け入れられている。その点からも、ファクスとパソコンを結びつけて考えた方がビジネスになるのではないかな。

今までは、ファクスネットでアクセスするためには、ボイスメールで入ったものをデータベースのデジタル情報に変えるため、一回ワープロで入力するなどの操作が必要だった。それではコストも高くつく。この仕組みのファクスならそのまま電子情報に入れられる。

・しかし、こちらから出す情報はファクスモデムを使って相手のファクスにアナログとして入れられるが、ファクスで相手から来た情報を電子化するためには、やはりいったんワープロで入力する必要があるのでは？

・相手のファクスモデムを通じてこちらのパソコンに入れられる。ファクスはアナログ情報なので、相手のファクスモデムを通じてデジタル情報に変えてしまえばよいのだから。

ファクスモデムはこちらの電子情報を先方のファクスにアナログ情報として出せる。ただし、ファクスそのもので送ってくるような形では出来ない。あくまでもファクスモデムを使ってファクスで送ってきたものを、こちらのパソコンで処理出来るということである。

・そのようなことも併用していけば、パソコン通信に馴染みのない人でも、ファクスを通じてこのネットワークに参加してもらえることになる。

在宅勤務者の中には、パソコンよりもファクスの方が馴染み深い人もいるわけだから、広範な参加が可能になる。

◇技術的側面のまとめ

・ホストコンピュータは、UNIXマシン(ワークステーション)、または、マッキントッシュQuadra700を使う

(セキュリティの面から考えて、マッキントッシュでも上位機種を用いる必要がある。)

・ソフトは4th DIMENSION、あるいはその下位版であるファイルフォースがよい。

ファイルフォースのソフトは高度化したい時に4th DIMENSIONになる。また、下位版のよさは、ネットとしてファイルを送った時、相手にマッキントッシュの機種がない場合非常に重い処理となる。機種、ソフトで、相手にここと同じ環境のシステムを備えてもらっておけば、こちらの情報をデータとして入れたい時にスムーズにやり取り出来る。その場合ファイルフォースで組んでおくと、情報のやり取りが楽に出来る。そう考えた時、簡単なものをこちらに作っておいた方がよい。

3. 5 学識経験者へのヒヤリング

3. 5. 1 新しい勤務形態と在宅勤務者サポート・データベース

- 〈講演／意見聴取〉 大西 隆氏 ●東京大学工学部都市工学科助教授
●日本サテライトオフィス協会研究リーダー
●著書：『テレコミュニケーションが都市を変える』
『都市開発—その理論と実際』（共著）

〔大西隆氏はその著書『テレコミュニケーションが都市を変える』で、近郊都市やリゾート地のミニオフィスでの“フレックスワーク”といった新しい勤務形態が、どう社会に影響を与えるかを述べている。この氏の発想に本データベースとの共通項を見出し、データベースの構築にあたっての、氏の意見の聴取を試みた。〕

企業で人材が不足した時に仕事を受諾し、在宅でする形ですが、ここで考えられているのは、在宅勤務したい人がデータベースで、パソコンのようにアクセスして必要な情報を入手し、なおかつコミュニケーションも出来、初歩のワーカーから徐々に成長していけるような研修も電子上で出来るような仕組みというわけです。

しかし、企業の人の話では、現時点では大企業が在宅勤務者に仕事を外注することはあまりないということなのです。一つには、ワーカーの仕事の能力がはっきりつかめないこと。また一つには、大企業では、下請けに仕事を流す構造が出来上がってしまっているということがその理由です。

ただ中小の企業なら、例えば経営者が在宅のテレセクレタリーを使うような形で、このデータベースを利用する可能性もあるのではないか、という点においては十分に考えられると思います。

そこで、ここでは在宅勤務が今後可能性があるかどうか、というところからお話してみたいと思います。

例えばワープロの仕事を大企業が外注したい時、企業が直接家庭にいるワーカーに結びつくことは大変面倒だし、リスクも大きい。そんな時に、その大企業の意向を受け、ワーカーの仕事を出す組織があれば、大企業としては、安心して外注出来るはずで、その中間管理をする組織は、中小の企業体として存在し、労働力を商品として、品質コントロールしていく役割を持ちます。

一般的には、何をする能力があるかが問われる『労働力の市場』であるから、誰にでも出来るような仕事しか出来ない人や、仕事の選り好みをしている人は、特別の技術や能力のある人に比べ、競争力が弱いのです。そこで他にはない付加価値を備え、それを武器にして市場を開拓していかなければならないわけです。それには能力があるというだけではなく、その能力を客観的にも認められるような形で提示していくことが大切なこととなっていきます。

100人のリストの中で数人、能力の高い人が含まれているといっても、企業としては信用して仕事を任せられるというわけにはいきません。ワーカーが何を出来るか、どのくらい力量があるか、客観的にアピール出来るが必要になってきます。そのためには一つの方法として、ワーカーの力量をレベルアップする検定制度といったものの導入もよいのではないかとと思います。

在宅での仕事という性格から、子供の病気などによってワーカーが急に仕事が間に合わなくなってしまうようなトラブルも考えられます。そのような時には、他のワーカーによってカバー出来るような仕組みを、ネットワーク組織の中で作っていくことも必要になってきます。

企業相手に仕事をしていくには、会社組織の中で、手配師（営業担当者）が、仕事をとってくるようにすべきでしょう。慣れてくれば、個人として企業と仕事の交渉が出来るようになるワーカーも出てくるでしょうが、全員にそれを期待するのは無理でしょうから。

そういう意味では、すでにマーケティング業務をしているD○さんの存在があります。もっとも、マーケティングという分野は、主婦が自分や周囲の人の意志や反応を企業に伝えることが情報として売れるわけですから、主婦の仕事としては適していると言えます。また、神奈川のKネットのように、地元の企業から、ワープロなどの仕事を受けて成立しているところもあります。

それには、とくに立ち上がりの時期が大切です。ホームワーカーの力量が未知数なのが企業にとって一番心配なので、ホームワーカーのデータベースがきちんと品質管理されたものならよいが、そうでないなら、最初に企業側が見極められるまでのリスクを負担してあげられるような「元締め」的なものをおくことも大切です。

次に在宅勤務者とデータベースとの関わりについて話してみたいと思います。埼玉の中小企業振興公社がSSJネットという中小企業をサポートするデータベースを持っていますが、これがまだまだうまく機能していないということです。これを今後の在宅勤務者の働き方と結び付けていくことは極めて有意義なことではないかという一つの事例としてのアイデアをお聞きしました。

例えば、テレセクレタリー、マーケティング業務、他企業との情報交換機能などを代行するなどいくつかのメニューを提示することで、在宅勤務者がデータベース上で仕事が出

来するという方法を可能にしていけるというわけです。

とくに、技能や知識を必要とする分野、例えば翻訳などは企業でも内部ではまかないきれないから外注することも多いだろうし、能力を持った主婦層にはよいだろうと思います。翻訳は民間の資格試験もあり、客観評価も可能です。そのような高度な技術に支えられたワーカーを頂点として、品質管理しながら軌道にのせていき、徐々に一般のワープロ入力などの仕事にまですそ野を広げていくことが大切だと思われます。また、主婦の視点や特性を活かした「マニュアルを分かりやすく書き換える」といった仕事なども有効でしょう。

企業としては、外注したい仕事があり、しかし誰にでも頼めるものではない、というニーズがある時、それとうまく合うメニューを提示して、しかもしっかりした品質を持ち、それを管理していく責任能力を示せば、次第に取引内容も増えていくはずで、価格、品質、期限を守るの3点で信頼を得ることが先ず必要で、そこから次第に仕事の内容に広がりもでてくるでしょう。そうしていくうちに、特に技能を持たないワーカーも参加出来るようになっていくと思われます。

そうすると、自然と層が分化してきます。仕事内容も、また時給も異なってきます。それらを包括出来るのが、このような形態の強みとも言えます。お互いに時給を比べあう機会もないので、その種のトラブルも起こらないはずで。

そのためには、しっかりした体系として企業に提示していく必要があります。つまり、ホームワーカーのグループを一種の企業体という意識で売り込むことが必要になってくるのです。言ってみれば「ビジネス」です。次第に仕事内容も膨らむにつれ、働く人材が増えたり、抜けたり、グループの構成員はいつも流動的です。ただデータベースだけ作って、右から左へと流すだけではだめで、マネージャーの存在が必要不可欠になってきます。在宅勤務の良さは、仕事単位の契約だから、名簿が次々と変わり、フレキシビリティがある、という点にもあります。

ところで、在宅勤務者のデータベース化にあたっては法人化、共同組合的に作るなど、色々なタイプがありますが、いずれにしても、グループを管理、運営していくためには費用が必要です。情報だけ得たい場合でも「上納金」は払うといったシステムにすることが大切です。

他の方法としては、フリーランスのシンクタンカー、研究者、プランナーなどがネットワーク上で組んで、在宅勤務化を進めていく途も考えられます。もっとも、これは個人経営のワーカーがネットワークを作って臨機応変に結び付くことで、今までも酒場などを舞台にしていくらでも行われてきたことではあります。

3. 5. 2 身障者にとっての在宅勤務者サポート・データベース

〈講演／意見聴取〉 成田 滋氏 ●国立特殊教育研究所 教育工学研究室長

〔この在宅勤務者サポート・データベース構築にあたり、その対象の一つとして考えた層がハンデキャップを持つ人達の層であった。本データベースの構築が、こうした人達に福音をもたらすであろうということを、成田氏は断言している。〕

今日は、身体に障害を持つ人達が仕事をしている実態、とくに自宅で仕事をしている様子について、お話したいと思います。

身体、あるいは心神に障害を持つ人、一言で身障者という呼ばれ方もしますが、さまざまな状態の人がいるのです。先天的にあるいは比較的年少のころから障害を持ち続けて来た人もいますし、大人になってから病気や事故などのために障害を持った人もいます。

では、目の不自由な人、肢体の不自由な人に、果たして仕事出来るのか？在宅勤務が可能なのか？と思う方もいらっしゃるでしょう。

目が不自由でも十分に仕事は出来ます。また、実際にしている人もいます。例えば、テキストを作るために、ワープロのキーボードを打って仕事をしている人がいますが、その機械は、打鍵とともに、音が返ってくる仕組みになっているのです。キーボードはブラインドタッチという言葉があるように、目が不自由でも打てます。漢字の変換については、目が見える人の場合は、画面にメニューがいくつも出てくる中から選択するのですが、目が不自由な人が使うワープロでは、例えば『はし』と打った場合、『食べる時に使うものですか？』『川に掛かっているものですか？』というように、機械が聞き返してくれる仕組みになっているのです。

また、肢体が不自由な人は、キーボードやマウスが使えないだろうと思う方もいますが、例えばある筋ジストロフィーの人は、頭を動かしてヘッドセットの操作で雑誌や本のレイアウトなどをしています。頭に着けたヘッドセットから超音波が出る仕組みになっていて、それでキーボードを動かしながら作業が出来るわけです。また、口に加えた装置を呼気流で操作することにより、マウスのクリック操作と同じ働きをして仕事をしている人もいます。こんなふうに、身障者が仕事をする、とくに在宅勤務なら十分に可能なのです。こんなわけで、OA系で在宅勤務の仕事をしている人はいますが、ただし、数は多くはないのです。

身体に障害を持っている人は、社会福祉の対象となっていますから、ある一定金額、月額数万円ほどのお金が、公的にも出ています。しかし、その公的な福祉の金をカットして

でも、「自分達は働きたい」という人もいます。「社会に参加したい」「自分たちにも勤労の義務があるのだ、一市民として働きたい」「自分達も納税の義務を果たしたい」と言うのです。また一方、「通勤も困難だし働くことは難しい。公的に依存せざるを得ない」と言う人もいます。

以上のように、身体に障害を持つという点では共通していても、『働く』ということに関しては二つの見方、考え方があるわけですが、どちらももっともな声なのです。

では、身障者が仕事をしていくにあたって、何がネックになっているのかをお話してみたいと思います。

一つには、機械を備えなければならないということです。OA系のものは、機器、器具類ともに、いろいろ工夫されたものが開発されていますし、これからもますます使いやすく開拓されていくでしょうが、なにしろ特殊なものだけに、とても高額になってしまいます。またもう一つには、そのような機器の扱いには特別の訓練が必要で、例えば先に挙げた呼気流なども訓練なくしては器具操作出来るまでにはなりません。

福祉機器の購入に当たっては、市町村が金銭的な援助をしていますが、そのなかにOA機器への補助も入れていくなどしていく方策が不可欠になってくるものと思います。

また、仕事をするための訓練については、新宿にある福祉法人『東京コロニー』などで行われています。ここでは、身障者を訓練によって仕事出来るまでにして送りだしています。知的能力は問題はないが、下半身麻痺などで、車椅子の生活をしている人が多く通ってきています。その他にも様々な障害を抱えた人がここに集まってきました。そして、コンピュータを用いた入力業務などの他、いろいろの訓練を受けています。コンピュータを使って絵を描いたり、あるいは口に絵筆をくわえて絵を描いたりという訓練を受けている人もいます。そのようにして描いた絵画は、銀座で画廊を開いて売ってもあります。訓練の機関としては、この『東京コロニー』の他にも『所沢リハビリセンター』など公的な機関が何箇所かありますし、市町村によっては福祉作業所があり、そこに通って作業や訓練をしている身障者もいます。しかし、このような訓練はそこそこ大変だということ、ましてや、そこまで通うのがなかなか容易なことではないということが、障害者が働いていく上でのネックになっているのです。

また、成人してから病気や事故などが原因で障害を持ってしまった人などは、すでに教育を受け、あるいは企業で仕事の経験があったりするわけです。障害を持ってしまったために、せっかく受けた教育を実社会で役立てることが出来ない、あるいは会社の中で向上を目指してきた技術も専門能力も挫折、断念せざるを得ないというケースも多いのです。心身の障害に加え、社会的に自分の能力が抹殺されてしまう辛さは、言い難いものがあります。もちろん、企業がそれまで通りに仕事を保障し、勤務の形態を変えて、職場で受け入れている所もあるようです。つまり、在宅で仕事をし、週に1回位比較的通勤のしやす

い時間帯に出社する、という形です。しかし、そのような勤務が出来る人は一部の恵まれた人と言えるでしょう。仕事上の能力は全く損なわれていなくとも、『会社までの通勤が困難』という点がネックになって、勤務の継続が出来ない場合が多いのです。

ですから、もし自宅にいながら作業が出来たり、ましてや、ある程度の訓練が可能だというなら、障害を持った人にとっては、その中で自分も仕事が出来るという希望、社会参加が出来、自立していけるという喜びにつながるのですから、大歓迎というわけです。先ほどお話ししました中途障害の人などにとっては、今まで蓄積してきた能力、技術を、たとえば会社に通わなくとも活かしていけるわけですから、ずいぶん救われるのではないのでしょうか。ですから、この『在宅勤務者サポート・データベース』というのは、非常に意味があると思います。

今後、ISDNを使ったりして、通信技術は進展していくでしょう。身障者でも、画像に強いとか、音声に関してセンスがある、というような芸術的感性で力を発揮出来る人は相当いますので、そういう時代に、彼らが自分の才能を生かして、それを仕事としていけると本当にいいですね。こういうデータベースが出来ること、彼らが潜在的に持っている能力を、一気に発揮させることも出来るのではないかと思います。今は、その力を発現できる機会がごく限られています。例えばIBMなどは支援センターを持っています、スペシャルニーズシステム(SNS)という部署で周辺機器の設計やサポートを行っています。また企業では60人に一人の割合で身障者を雇用することが義務づけられてもいますので、その枠で全盲のプログラマーを採用している企業もあります。

私の専門は教育ですので、教育を受けた後、かれらがどんな生活をしているのか、ということには関心はあるのですが、十分把握しているわけではありません。あるいは、平日かれらには「一人では寂しい」「相談する相手がいない」という問題もあるかも知れません。それらの問題については、例えば時には地域のサテライトオフィスに通うとか、平日は仕事に集中して、土日には友人とコミュニケーションを図る、というように時間の使い方、メリハリをつける工夫で解決していけるでしょう。

そのようにして在宅で仕事をしていければ、障害者自身はもちろん、家族にとっても本当にうれしいはず。単に福祉を受ける対象ではなく、納税義務を果たし、社会の発展に寄与しているという自信を持つことになり、生き方そのものが前向きになってくるのです。仕事をするとは、かれらが一人の人間としての存在感を世間に認知させることです。ですから、当然社会の見方も変わってきます。このように障害を持つ人達が、仕事を通じて社会参加の場を得るためにも、在宅勤務者のためのデータベースが出来てを望んでいます。

3. 6 既存の商用電子ネットワーク内における在宅勤務の実態

3. 6. 1 ニフティサーブとは

パソコン通信の利用者は急増している。92年6月現在の利用者延べ人数は155万人を突破し（財団法人ニューメディア開発協会調べ）、最大手のニフティサーブに限っていても92年8月末で会員数40万を超えた。

日本には現在大型の商用ネットから草の根BBSまで、大小あわせて1800以上のパソコン通信ネットがある。ニフティサーブは1987年に商用サービスを開始し、毎年サービスを充実させて、現在は日本最大規模の商用パソコン通信ネットの一つである。

ニフティサーブの利用者の約3分の2は個人会員で、残り3分の1は法人IDでの入会である。会員の9割は男性。20代と30代の利用者が約8割を占める。関東地方からアクセスする利用者が6割、近畿地方が15%ほどである。

主なサービスはフォーラム（電子会議を中心とするコミュニケーション系のサービス）電子メール、データベースなどである。

ニフティサーブの各種サービスは基本的に誰にでも利用出来るが、特定の利用者のみがアクセス出来るコミュニケーション系のサービスとして、CUG（Closed User group）やPF（Private Forum）などがある。主にビジネスユーザー向けであり、こうしたサービスを利用すれば社内ネットの構築が容易になる。

システム面から見ると、ニフティサーブは他に抜きんでて全国に限なくアクセスポイントを設置し、その回線数は合計で5000、同時アクティブ回線数（利用者が同時にアクセス出来る回線数）は3000回線に達している。

3. 6. 2 ネットにおける在宅勤務者の事例

（1）ワープロ入力

ニフティサーブの会員の中にはワープロによる文書作成代行やパソコンのデータ入力などを仕事にしている者も多い。主に女性で、使用している機器はワープロなら富士通のオアシス、パソコンならば日電の98シリーズである。

これらの在宅勤務者は通常自分で受注活動を行うことはなく、下請けの形で仕事を請け負う。その結果、在宅勤務者の受注単価は元請の受注額のほぼ半額程度となっている。入力用のマシンも自前、ファクスも必須である。こうしたことから、機器への投資額を回収する頃には次の機器を買わなければならないという悪循環に陥っているケースも少なくない。

い。

こうした業務には入力速度・打鍵の正確さなどが要求される。通常、日商検定2級以上の実力がないと仕事として成立しないが、安易な考えで実力が伴わないにも関わらず入力の仕事始める者も少なくない。予備軍は主に主婦である。

ワープロによる文書作成代行というのは孤立した仕事である。人間関係も疎遠になり、機械と向き合うことになる。こうしたことから、人間関係の回復と情報を求めて既に在宅勤務をしている主婦層がパソコン通信を始める傾向がある。パソコン通信を始めると、互いに知り合って次第に仕事のネットワークを作っていく。

知り合い方は、当初はフォーラム（特定のテーマを持つ電子会議）での公開のコミュニケーション、電子メールなどに始まり、ホームパーティと呼ばれるプライベートな電子会議のサブセット版の開設（ニフティサーブの会員なら誰にでも出来る）と進んでいく。こうした過程で、当初は仕事の悩みや技術的なトラブルの解決などで相互扶助が発生し、次に受注単価の情報などより具体的・実利的な交流へと発展する。在宅入力者がパソコン通信を始めるきっかけは「仕事がほしい（パソコン通信を始めれば仕事が取れるきっかけがあるのではないか）」というのが第一の理由であり、第二は「情報がほしい（孤立して仕事をしている立場から、機器・入力技術・仕事自体などに関する情報をパソコン通信に求める）」ということである。もともと入力代行をしているので、キーボードアレルギーは当然のことながら皆無である。

こうしてパソコン通信で知り合った入力代行を仕事とする女性たちが実際にホームパーティ機能などを利用して情報交換をしている事例が多数存在する。人数は一つのグループが10名程度、20代後半から30代前半の主婦が大半である。仕事の内容はワープロの入力代行やパソコンのデータ入力および簡単なデータベースの構築。内職の域を超えてほぼ仕事として成立しているメンバーも少なくない。こうしたメンバーは自分の処理能力を超えた受注の際には仲間に仕事を回すなどしてネットワーク型のビジネスを意識することなく始めている。

こうした事例から推測するに、実数は不明だが相当数の女性がすでに在宅での入力業務を行っている。その数は推定で数千人程度（ニフティの女性会員4万人の5%程度）。また今はしていないにせよ今後在宅で入力をふくめた仕事をしたいと考えている者は女性会員全体の3人にひとり程度（1万5千人程度）は存在すると考えられる。

また、商用ネットを利用しているのかどうか不明だが、大手ゼネコンがCADのデータ入力を女性の在宅勤務者に依頼して行っている例もある。

女性が在宅ワークを選ぶ（希望する）理由としては、つぎのような理由が考えられる。

- ・家事や育児をしながら仕事をしていきたい
- ・フルタイムでは働けない

- ・通勤出来ない（上記の理由により）
- ・仕事をしながら、自分のやりたい事もしていきたい

実際に在宅勤務者の現状への不満としては、

- ・仕事と家事育児の時間のバランスが難しい
- ・やりがいのある仕事がない
- ・仕事が不安定で単価が安い
- ・扶養家族なので収入を押さえる必要がある

更に、問題点は次の通りである。

- ・在宅勤務の仕事をどうやって見つけたらいいのか
- ・在宅勤務者のためのトレーニングの場がない
- ・社会的保障がない
- ・トラブルを解決する場がない

パソコン通信の利用者の中で女性はまだ少数（1割程度。実数で約4万）だが、在宅で仕事をしたいという意欲を持つ者は少なくない。仕事を提供してくれるシステムが待望されていると言える。

（2）技術系フリーランス（男性）

パソコン通信のユーザーはひとことで言って技術系の30才前後の男性サラリーマンが中心である。この層にとってはパソコン通信自体が転職のためのシステムとして機能する場合が少なくない。しかしその方法はネット内の求人情報によるのではなく、人と人とのコミュニケーションの中から生まれる。つまり転職が目的でパソコン通信を始めたわけではないが、結果的に転職することになったというケースが多い。

このような場合の転職のシナリオは次のようである。

- ①パソコン通信に参加する
- ②コミュニケーション系の電子会議（ニフティサーブではフォーラムと呼ばれる）に参加する。どのようなフォーラムかは問わない。
- ③フォーラムで知り合いが出来る。
- ④知り合った人から転職を勧められる。

このようなネット上での転職はほとんどの場合スムーズに進む。ネット上での仕事を意識しない段階でのコミュニケーションが、雇用者側に相当量の情報を既に提供しているからである。この情報とは、本人の技術力などだけではなく性格など本来なら雇用後にしか分からないような個人的な部分にも及ぶ。

業種としては、コンピュータ関係が多い。それもソフトウェアが主である。

中小のソフトウェアハウスは事実上の完全フレックス制をとっているところも少なくない。会社にあまり出て来ないで自宅での作業を行っているスタッフを多く抱えたソフトウェアもある。

こうした人々の中には、会社を辞めて自宅でフリーのソフトウェア技術者としてやっていく場合も少なくない。技術系フリーランスの在宅勤務者は自宅に自前の機器を持ち、自宅でプログラミング作業をしたり、不定期に出社したりする。

この層の実数は不明だが実感としてはニフティサーブの会員の25%程度（10万人程度）が該当するのではないと思われる。

（3）出版関係

ニフティサーブを利用して、雑誌のフリーライターと出版社ないしは編集プロダクションとのコミュニケーションを行っている例は少なくない。目的は電子メールによるライターから出版社への原稿送りである。パソコン通信の現状ではテキストの送受信がもっとも実用的だが、原稿のやりとりはその意味でも実用の域に達している。

パソコン通信による原稿送信は受信した側が原稿に手を入れるのが簡単であり、そのまま入稿できるなど、利点が多い。

現在でも表面には出てこないが、相当量の原稿の送信が行われていると思われる。

3. 6. 3 ネットにおける潜在的在宅勤務者

（1）定年退職者

A氏は定年になって半年。もとは大手メーカーの技術系管理職だったが、定年になる前後からパソコン通信を始めた。組織を離れて自宅で仕事を始めることになり、従来の人的ネットワークが会社中心であったことを今更ながらに感じた。定年と共に外部からのコンタクトが極端に減った事実はいかに人間関係が会社に依存していたかを示していた。

一方パソコン通信では自由にコミュニケーションが出来、新しい人間関係が生まれた。とくに地域のパソコン通信ネットワークに加入してからは地元の知り合いが増えた。これから新しい仕事を始めることにしているが、基本的には在宅で個人で仕事をしたいと思っている。

ネットを始める定年退職者が増加している。メローフォーラム（中高年のためのフォーラム）などにその典型を見ることが出来る。定年退職後、「自分のやりたことをやる」という意識でいろいろな試みをする退職者の一つのテーマがパソコン通信ネットであり彼ら

は相対的に数は少ないもののかなりアクティブに活動するケースが多い。

ワープロでのアクセスが多いのも特徴。しかし現状では「仲間」はまだまだ多くはなく、自分よりもずっと若い人たちとのコミュニケーションに違和感を覚えるケースもある。会社を辞めたとたんに人脈を失う定年退職者にとって、ネット上での新しい人脈は魅力的である。仕事のキャリアから言っても、その能力が生かされて然るべきである。しかし現状ではこうした意欲のある中高年の定年退職者を受け入れる場は少なく、また得られる仕事は事実上ないといっている。

（２）専業主婦

主婦の在宅勤務への願望の典型的な例。

……パソコン通信を始める時に、これが在宅勤務につながるかもしれない、という期待も少々あった。子供の小学校入学を節目に何らかの形で働き始めようと思っていたので、かなり具体的に考えていた。これまで子育てに専心してきたので、急に外に出て働き始めたら、急な変化で家庭がおろそかになるのではないかと考えると、まずは在宅で仕事をするというのが一番スムーズにいくような気がする。

単純な下請け作業ではなく、通信という最先端の道具を使って新しい在宅勤務は出来ないものか？

在宅勤務は主婦の夢といってよい。暇な時に仕事をしてお小遣い程度の収入があれば、と考えている主婦は沢山いる。しかし実際は、何か専門的な技術を持っていて、以前働いていた会社から仕事が貰える、というような立場でないかぎり、新しく在宅勤務の仕事を始めるというのはとても難しい。

パソコン通信においては女性はまだ少なく、ニフティサーブでも４万人程度である。

この中での専業主婦と仕事を持つ主婦の比率は不明であるが、これらのうちパソコン通信をまったくの趣味として考えている人の比率は少ない。大半は出来ればネットを仕事に生かしたいという希望を持っている。

とくに在宅でワープロ入力をしている層はネット内にかなりの数が出て、だんだんと仲間うちで集団を作っていく傾向にある。こうした人達がネットを利用する理由は「ワープロの新機種に関する情報」「ワープロのつかいこなし情報」などはもちろん、自分たちのしている仕事の単価についての情報交換や仕事自体を貰うことといった極めて実利的なものが多い。

もともと自宅で細々とやるイメージのワープロ入力代行の仕事だが、ネットワークの利用によってワークスタイルが変化しつつある。入力済みの文書をパソコン通信により発注元に納品することも普及しつつある。

主婦の願望のひとつは、文章を書いて儲けることである。雑誌などに対して記事を提供する主婦レポーターのような仕事が憧れだという人は多い。

しかし現実にはやはり甘えが目立つ。願望を形にしていくトレーニングコースと、発注者へと紹介するシステムの双方が望まれる。

3. 6. 4 仮想オフィスに対する願望—バーチャルオフィスに関する電子会議から

男性のサラリーマンを中心にして、仮想オフィスへの関心が深まっている。この場合の仮想オフィスとは、特別な設備（例えばテレビ会議システム）を用いたオフィス全体の仮想化ではなく、商用パソコン通信ネットをインフラとするオフィス機能の一部の仮想化である。このような「仮想オフィス」についての議論が行われた事例がある。この事例をもとにパソコン通信を基盤とする「仮想オフィス」について考えてみたい。

仮想オフィスがどのようなものなのか、共通の理解が深まっているとは言いがたいが、パソコン通信に代表される通信ネットワークをインフラとする仮想オフィスのコンセプトには基本的に快適なイメージがあり、また創造的で肯定的な印象を与えるものである。

仮想オフィスに対するネットワーカーの一般的なプラス・イメージは次のようなものである。

- (1) 企業内でプロジェクトを推進する場合、電子会議を利用する。
全国に展開しているビジネスの場合、各地の事業所から参加することが可能になるなどのメリットがある。
- (2) 今までにない新しい仕事のやり方が生まれるのではないか（具体的には分からない）。
- (3) 通勤はバカバカしい。在宅で仮想オフィスに「通勤」するのは快適な感じがする。

マイナス・イメージとしては、

- (1) 電子会議による議論のしかた、情報交換のしかたなど具体的な部分で今ひとつ具体的にない。（サラリーマンの場合）在宅で仕事をするとはどんなことか、想像すらつかない。
- (2) 資料はどうなるのか。手元に資料がないと仕事が出来ない。
- (3) 事務系の仕事は、仮想オフィスでは無理ではないか。営業職も難しいと思う。また、自己管理の手法なども問題ではないか。

大多数の人々にとっては、ネットを利用して在宅で勤務するということはなにか快適で

楽しげな感じがする（人間性の回復といった印象がある）ものの、では実際に出来るのか、どうやればいいのかとなると、自分の勤めている企業の現状などもからんで現実のものとしては考えられないというのが正直なところである。

パソコン通信をしているサラリーマンは、未経験の人達に対して在宅勤務の考え方を理解しやすいと思われるが、それでも実態はこんなところである。

3. 6. 5 商用ネットと在宅勤務の今後

（1）労働力は良質

パソコン通信の利用者（とくに女性）は「パソコン通信を通じて在宅勤務をしたい（仕事したい）」という願望が強い。

パソコン通信をやるということは、基本的にワープロやパソコンの操作が出来るということであり、その意味ではワープロやパソコンの操作に習熟した良質な労働力が、パソコン通信の中に潜在しているわけである。この労働力は時間・曜日に関係なく、またオフィススペースを必要としない。

女性は主婦を中心に1万5千人程度の潜在労働力が存在すると考えられる。

定年退職者をふくむ50才以上の中高年令層は実数にして2万人程。このうち在宅勤務に興味を持つ層は5千人程度と推測される。

（2）発注システムが不在

現状では、労働力は確かに存在するが、これを利用するシステムがない。いくつかの企業がパソコン通信（独自ネット）を利用して主婦を組織化し、グループインタビューやワープロ入力といった仕事を配分するシステムを打ち出したが、実態は単なる内職（あるいはそれ以下）のレベル（仕事の内容および収入の両面で）にとどまっている。

適当なシステムさえ提供されれば「パソコン通信を利用した在宅勤務」は一挙に具体化するものと思われる。ニフティサーブとしても、「パソコン通信でお金を使う」状態から「パソコン通信でお金を儲ける」仕組みへと移行していくことを希望していると想像される。趣味の域を超えてパソコン通信がより社会的な基盤となっていくからである。

（3）労働力の中身

先に述べたように、キャリアがありながら自宅から出られない（フルタイムでは働けない）主婦層は、パソコン通信を利用することで良質な労働力となる可能性が高い。

十分な仕事の能力があるにも関わらず企業を辞めざるを得なかった定年退職者層もパソコン通信を利用した在宅勤務者としての可能性が大いにある。

このいずれもが単にお金を儲けたいという以上に、生き甲斐としての仕事を志向していることは注目に値する。

(4) 在宅勤務者へのトレーニングの必要性

仕事のやり方、発注者とのコミュニケーションの方法など、この新しい仕事のしかたについてのオリエンテーションが必要である。

また、在宅勤務者の能力について発注者に判断させるための基準づくりも重要である。

(5) 発注者の確保とガイダンス

一方、発注者を確保することが現状では最大の問題であると同時に、発注者へのガイダンスが必要となる。パソコン通信を利用して外部の人間を使うノウハウはほとんど確立されていない。

3. 6. 6 まとめ

ニフティサーブを例にとれば、パソコン通信を利用した在宅勤務はまだ始まったばかりで事例も少なく、これからというのが実情である。

しかし、可能性は大きい。

パソコン通信を利用した在宅勤務の可能性を持つのは、

- (1) 主婦
- (2) 定年退職者
- (3) フリー志向の技術系サラリーマン
- (4) 雑誌等のライター志望者
- (5) サイドビジネスをしたいサラリーマン

の5つだと思われる。

それぞれについて想定される仕事だが、

(1) 主婦

ワープロ・パソコンなどの入力代行業務

CAD/CGなどのデータ入力業務

商品モニター（長期継続型）

アンケートの対象として

プログラマー（退職以前のキャリアを生かして）

その他退職前のキャリアを生かした業務

(2) 定年退職者

中小企業への技術移転（大手企業の在職経験者）

コンサルタント業務（自分の経験を生かして）

(3) フリー志向の技術系サラリーマン

フリーランスのSE／プログラマー

サーチャー

(4) 雑誌等のライター志望者

原稿の執筆

(5) サイドビジネスをしたいサラリーマン

本業がらみの情報提供、アドバイス

本業とは関係のない別の仕事

いずれにしても、パソコン通信ネット上では在宅勤務を希望する労働力は豊富で良質である。企業側にもニーズはあるはずだが、パソコン通信というものへの理解が足りないために生かす方法が発見出来ない。

システムを練り、これを企業側および在宅勤務希望者の双方に対してプレゼンテーションしていくことが急務と言えよう。

4. データベースの

企画原案の構築とその検証

4. 1 データベースの企画原案とアンケート質問項目

各検討部会での討議内容や学識経験者からの意見聴取の結果を踏まえて、在宅勤務者データベースの企画原案を作成し、またそれを基にしたアンケートを実施した。

アンケートは、B 4 の横位置で左の部分に企画案、右の部分にアンケートといった構成とした。以下に企画案とそれに付随したアンケート全 33 問を示す。

1. 在宅勤務者サポートデータベース概要

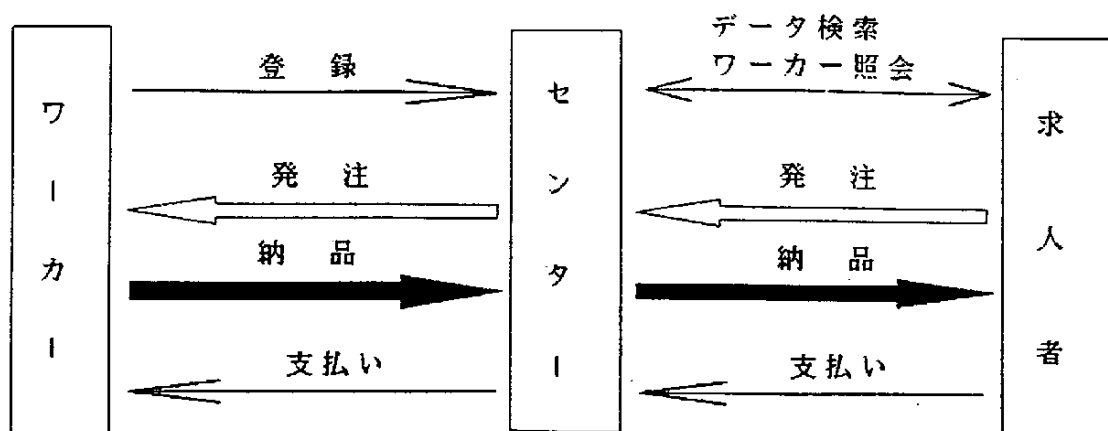
在宅勤務者サポートデータベースとは、自宅を中心に仕事をしたい在宅ワーカー（以下ワーカー）と、仕事の外注先を探している企業をパソコン通信を介在して結ぶネットワークシステムのことです。

ワーカーは、住所、氏名の他に、自分の技能や希望職種などを登録し、在宅勤務者サポートデータベースを運営するネットワーク通信センターは、そのデータをもとにワーカーを職種別や技能ランク別に検索できるワーカー一覧ともいえる在宅勤務者サポートデータベースを制作します。

企業は、ネットワーク通信にアクセスして、技能、その他の条件にあったワーカーをデータベースから独自に検索、またはセンターに申し込むことにより紹介されワーカー側の就労希望条件と一致した場合に仕事が成立します。

仕事が成立した場合、企業からセンターを通してワーカーに仕事が発注され、仕事の完了後、ギャラが支払われます。求人者には、センターからワーカーへの支払分にセンターのコーディネート手数料（15%）を上乗せした額が請求されます。

このシステムは、フリーの技術者・技能者や在宅勤務を希望する人の有能な営業手段として、また企業の適切な外注先を見つけるための手段として、画期的なコーディネートシステムと言えるでしょう。また、今までになかったオープンな料金システムも魅力のひとつです。



2. ワーカーの登録

■ ワーカーの登録

ネットワークにアクセスしオンラインで登録するか、登録申込書を郵送することで在宅勤務者データベースに登録することができます。住所、氏名、希望職種、特技、資格、就労希望条件などが登録に必要な項目となります。登録が完了すると、ワーカーを識別するためのIDおよび暗証番号が設定されます。

■ ワーカーの登録更新と登録料

常に新しく正確な情報を求人者に提供するため、またワーカーがより多くのビジネスチャンスを得るため、ワーカーは1年ごとの登録更新を義務付けられ、システム管理費として、登録料年間5,000円をセンターに支払うものとします。

■ ワーカーのランク設定

(1) ランク設定

データベースへの登録申し込みがあると、職種別にワーカーの所有資格（英語検定試験・翻訳検定試験・ワープロ検定試験など）をもとにワーカーのランクが設定され、このランクをもとにギャラの基本設定がなされます。判定基準となる既存の資格を所有していない場合も、センターが行うトライアウト（ランク設定のための検定）を受けることによりランク設定がなされます。

(2) トライアウトとは

判定基準となる既存の資格を所有していない場合、基本的に最低クラスからのランキングになります。しかし、資格等は持ち合わせていないが、上位クラスへランキングされるための技能は十分にあるという申請がワーカーからあった場合や、クラスのステップアップの申請があった場合、その可否を判定するための基準とするため、ワーカーが受ける既存の資格試験に準じた内容の検定試験のことです。

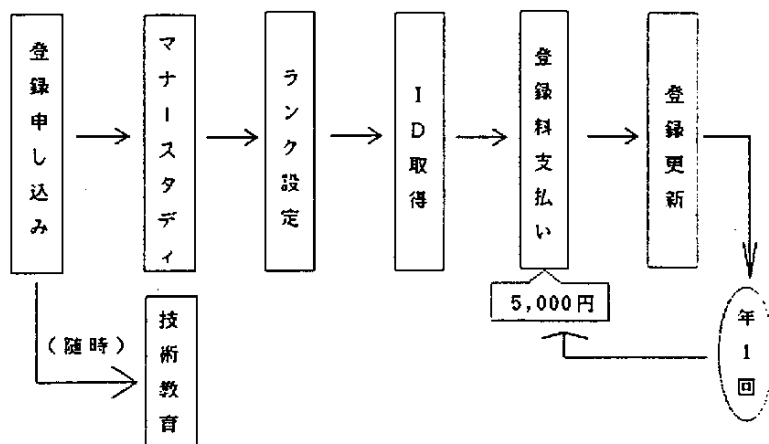
■ 教育システム

(1) マナースタディ

ネットワーク通信を利用した在宅勤務者として就労するにあたって、より正確かつスムーズに業務を行うために登録希望者には登録時に登録のための必須条件としてマナースタディが課されます。内容は、このシステムの概要や、会員規約、納品日厳守やビジネスにおける情報の保守の必要性といった基本的な一般常識項目などです。

(2) 技術

ワーカーの技能・技術のランクアップと、新技能・技術習得をサポートするために、希望者には技術教育を受ける機会が設けられます。この技術教育の受講は基本的に有料ですが、各種教育機関とのタイアップによる割引制度やマルチメディア（パソコン通信やファックス通信）を使用した新しい教育システムなどワーカーが最も受講しやすいシステムを導入していく予定です。



3. 在宅勤務に適した職種例とランキング例

■在宅勤務に適した職種

以下に、今回考えている代表的な在宅勤務の職種例をあげますが、いわゆる商店などの自営業は、今回の職種例からははぶいてあります。

■ランキングについて

ワーカーの作業料はランクにより決められていることになりますが、これは職種ごとに決められたランクですので複数職にわたり影響しあうものではありません。

つまり、コンピュータープログラマーのAランク料金とワープロオペレーターのAランク料金が同じAランクだからと言って、必ずしも同等なものになるとは限りません。

在宅勤務の代表的な職種例

職種	A	B	C
ワープロオペレーター	ワープロ技能検定1級	ワープロ技能検定2級	ワープロ技能検定3級
翻訳者	翻訳技能審査1級 翻訳士1級 翻訳実務士1級	翻訳技能審査2級 翻訳士2級 翻訳実務士2級	翻訳技能審査3級 翻訳士3級 翻訳実務士3級以下 その他語学検定資格
コンピュータープログラマー	情報処理技術者1種	情報処理技術者2種	実務経験有り
データ処理 リサーチ・サイエンティスト 文献リサーチ	データベース 検索技術者1級	データベース 検索技術者2級	
通訳	通訳士1級 通訳ガイド 実用英語検定1級 国連英検特A級	通訳士2級 実用英語検定準1級 国連英検A級	通訳士3級 実用英語検定2級 国連英検B級 その他語学検定資格
POPライター	POP広告クリエイター1級	POP広告クリエイター2級	POP広告クリエイター3級
会計士 簿記 納税申告代行業	税理士 公認会計士 簿記1級	簿記2級	簿記3級

職種	A	B	C
インテリアコーディネーター	インテリアコーディネーター		
デザイナー コピーライター 各種ライター イラストレーター 漫画家 編集者 作曲家・演奏者 講演者 プランナー	原則とし経験、作品、実績などを参考に その都度ランキング設定を実施		
CAD	CADインストラクター認定試験		
トレーサー	トレース技能検定 1級	トレース技能検定 2級	トレース技能検定 3級・4級
タイピスト	英文タイプライティング 検定A級	英文タイプライティング 検定B級	英文タイプライティング 検定C級
代筆業	書道3段以上 賞状技法士1級 硬筆書写検定1級	書道1級以上 賞状技法士2級 硬筆書写検定2級	書道5級以上 賞状技法士3級 硬筆書写検定3・4級
コンサルタント カウンセラー アドバイザー	中小企業診断士 司法書士 土地家屋調査士 弁理士 社会保険労務士 技術士 販売士1級 宅地建物取引主任者 不動産鑑定士	消費生活アドバイザー DIYアドバイザー 経営コンサルタント 行政書士 技術士補 販売士2級	販売士3級

4. 在宅勤務者データベースの作成

■在宅勤務者データベースの作成

在宅勤務者データベースはより適切な情報提供をサポートするためのデータベースをワーカーの登録申し込み内容をもとに作成します。このデータベースは、個人の技術・能力をより多く活用してもらうためのIDから検索可能なデータベースです。氏名、簡単な住所、学歴、職歴、所有資格、特技、希望職種、ランク、自己PRなどワーカー自身を求人者にアピールするためのデータベースです。このデータベースは、ワーカーの申請内容を基準にしているため、ワーカーは常に正しい内容を申請する義務があり、もしもワーカーが捏造した内容（持っていない資格を持っているなど）によりデータベースが不正確なものになった場合センターは、この責任を一切負うことはありません。また、ワーカーのプライベート情報の保守のため詳細な住所、及び電話番号は表示しないものとします。

（例1）

【例1】

個人プロフィールデータベース

ID: AAB00001

しめい 氏名	し き はな こ 志 木 花 子	しやうしょ 住 所	さい たま けん し き し 埼 玉 県 志 木 市
学歴		職歴	
1983.7 アメリカ留学 1985.4 京都外国語大学スペイン語学科 入学・ 1989.3 同大学卒業		1989.4 大日本商事入社 1992.6 同社退社	
希望職種		ランク	特技・資格
翻訳 ワープロ		A A	英語検定1級 ワープロ検定1級 英会話
自己 P R	貿易管理部勤務経験があるため貿易事務多少わかります・・・・・・・・・・・・・・・・		
	・・		
	・・		
	・・		

5. コーディネーション

■データベースの検索

求人者は、ネットワーク通信にアクセスすることにより、求人者のニーズにあったワーカーを、個人プロフィールデータベースに記載されている内容（在学・卒業大学名、住所、職種、ランク、特技、所持資格など）をキーワードに検索することができます。抽出されたワーカー名がID、ランク、職種、住所などの情報と一緒に一覧として表示されます。

また、何人か選びだしたワーカーの中から前出の「個人プロフィールデータベース」を検索することにより、より希望に近いワーカーを絞りこんでいくことも可能です。求人者がネットワーク通信にアクセスすると、30円/1分のアクセス料金が掛かります。

【例2】

職種をキーワードに抽出した場合

翻訳	AAB00001	志木 花子	A	埼玉県志木市
	AAB00002	朝霞 太郎	B	神奈川県横浜市
	ARK05682	大友 俊子	B	東京都新宿区
	EK151628	佐藤 宏	A	北海道札幌市
	EOK25896	横井 信子	C	大阪府高槻市
	IK016582	古河 俊広	B	東京都千代田区
	PDC05468	石川 政子	C	京都府京都市
	RNH09852	山田 明美	A	埼玉県新座市

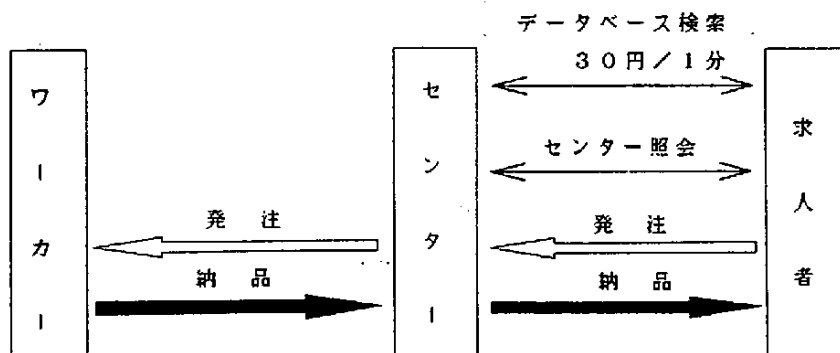
⋮

■センター照会

求人者がネットワーク通信へのアクセスが不可能な場合、センターに希望条件、仕事内容などを直接申込ワーカーの照会を受けることも可能です。

■コーディネーション

求人者は、データベース検索・センター照会により適当なワーカーを第3希望まで選択し、センター宛に仕事の発注をします。センターはワーカーのスケジュールなどの条件を調整したあと、ワーカーへ仕事発注をします。また、求人者への仕事の納品もセンターを通じて行われます。そのため、仕事の受発注に伴うトラブル発生の危険性も最小限に押さえることができます。



6. ペイメント

■求人者からセンターへの支払い

センターは、求人者に対して納品当月20日締めで請求書を作成し、月末発行します。

求人者は、センターに対して、翌月末日までに請求額を現金で所定の口座に振りこみます。

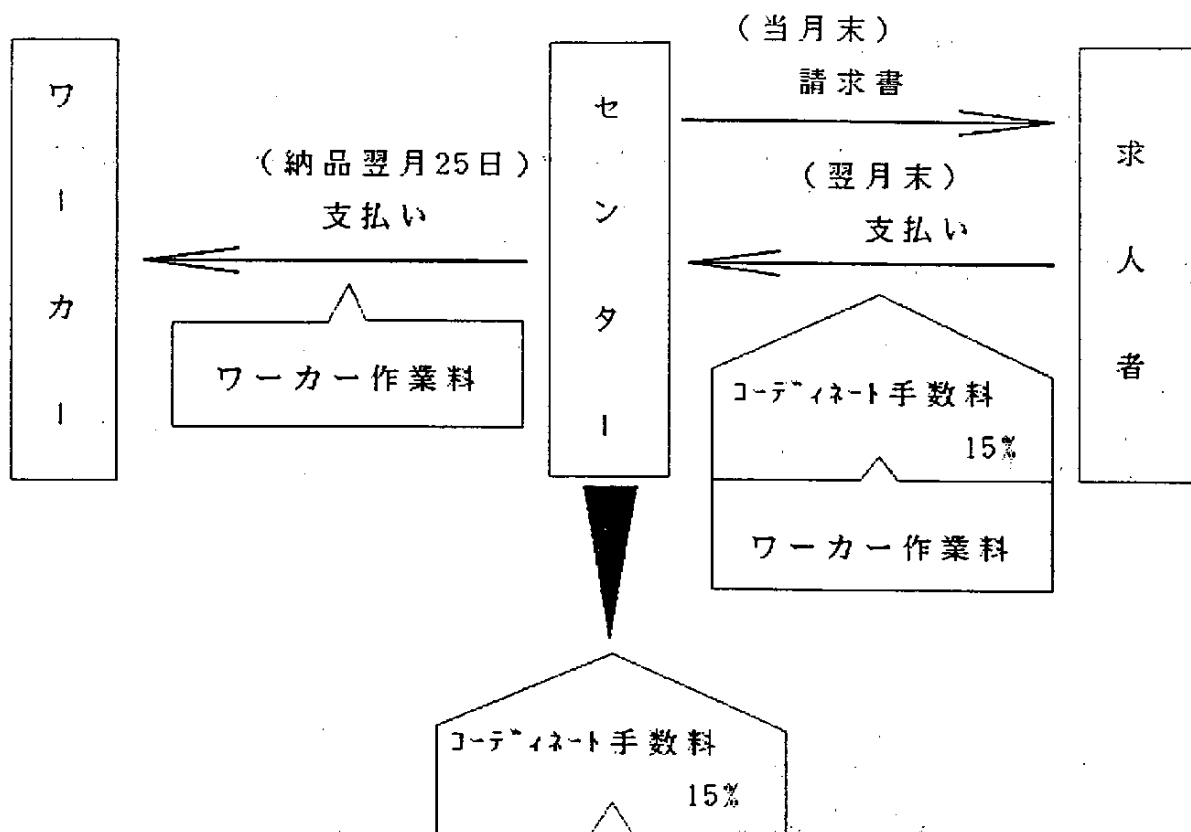
■センターからワーカーへの支払い

センターはワーカーに対して、納品当月末締めでギャラの清算をし、翌月25日所定の口座に現金で振り込みます。

求人者とワーカーの間にセンターが入ることにより、支払時のトラブルからワーカーは守られることになります。

■コーディネート手数料と求人者への請求額

センターは、コーディネート手数料を求人者に請求します。コーディネート料は求人者が支払うべきワーカー作業料の総額の15%とします。ワーカーの作業料は各職種別にランク分けされ明示されていますので、大変オープンな料金システムが構築されます。



7. センターの役割と働き

■センターとは

センターとはシステム化されたプロのコーディネーターです。求人者には適切なワーカーを、ワーカーには適切な仕事を紹介し、会員規約に基づき両者をもっとも理想的な形で結び付けることをその使命とします。登録してあるワーカーはプロの集団という認識に基づき、原則的には業務上のチェック機能、内容に関する責任などは、センターはこれを持たないものとします。ただし、求人者の希望により、校正や内容確認などをセンターに依頼することもでき、センターはこれをオプション機能として、別途定められた料金を請求します。

■求人者にとってのメリット

求人者は、適材適所の人材を豊富なデータベースの中から検索し、早期依頼が可能になります。センターは、コーディネーションに基づく責任（納期厳守など）を求人者に対して負うところにより、求人者は独自にアルバイトやフリーランサーに依頼する場合に比べて、「安心」を得ることができます。また、豊富な人材を基盤としたセンターのネットワークシステムによりあらゆるニーズに応えていくことが可能です。一般の人材派遣会社などに依頼するよりは、オープンで新しい料金システムにより格安な予算で安心して仕事の依頼をすることができます。

■ワーカーにとってのメリット

ワーカーは、自分の希望や技能にあった仕事を見つけるために、自ら営業活動をしなくても、センターがデータベースシステムを使ってワーカー一人一人のために営業活動を行っています。ワーカーはこのシステムに登録することにより必ず仕事を得たり生計が保証されるような訳ではありませんが、センターは一人でも多くのワーカーに、できるだけ均等にひとつでも多く質の良い仕事をお願いできるよう最大の努力を払うことはいうまでもありません。また、在宅勤務者に起こりがちな問題を解決するためにできる限りのお手伝いをしていくことも、センターの仕事です。その一環として、在宅勤務者が感じる孤独感や外の社会からの孤立感をやわらげるため、ワーカー同士の交流の場を設けるなど、様々な試みももたれていくことでしょう。

ワーカーと求人者の間にセンターが入ることにより、支払時のトラブルから守られるという利点も生まれます。

アンケート質問項目

1. 氏 名：
2. 住 所：
3. 電話番号：
4. 生年月日：明治・大正・昭和 年 月 日（ 才）
5. 職 業：
6. 役 職：

このデータベースは、パソコン通信を介在することを予定しております。

7. あなたは、パソコン通信をやっていますか？ YES ・ NO
 YESの方にお聞きます。あなたが加入しているネットワークはなんですか？
 （ ）
 NOの方にお聞きます。あなたはパソコン通信に興味がありますか。
 ある・ない
8. データベースに登録するために登録料が必要になりますが、年間5,000円は適当な金額
 だと思いますか？ YES ・ NO

 NOとお答えになった方にお聞きます。いくらぐらいが適当な金額だと思いますか？
_____円
9. あなたは上記の登録料を支払っても登録しようと思いますか？ YES ・ NO
 それはなぜですか？
10. あなたの回りで、登録しそうな人がいますか？ いる ・ いない ・ わからない

 それはどんな人ですか？ 主婦 ・ 学生 ・ 定年退職者 ・ ハンデキャップの方
 フリーアルバイター ・ サラリーマン ・ その他（ ）
11. 登録の際「マナースタディ」が義務づけられていますが、どう思われますか？
 賛成 ・ 反対 ・ どちらともいえない
 それはなぜですか？
12. 技術力アップや、ランクアップをサポートするための、技術教育システムを設けるこ
 とも考えられていますが、あなたがもっとも受講しやすい方法はどんなものでしょう？
 （例、パソコン通信・ファクス通信の他に、郵送による通信教育、通学する方法など）
13. この項目でわからない点や不明点、またはご意見などご自由にお書きください。
14. この表の中で、あなたにできそうな職種がありますか。 ある ・ ない

 それは何ですか？
15. この表にある職種以外で、あなたが在宅勤務でできそうな職種はありますか？

それは何ですか？

16. この表にある職種以外で、在宅勤務に適していると思われる職種は何ですか？

17. この表にある資格以外で、ランク設定の基準となるとと思われる資格は何ですか？

またその資格は、どんな職種のランク設定の基準となると思われますか？

18. 3 ページから 5 ページまでの内容に関して、わからない点、不明点、またはご意見などご自由にお書きください。

19. このようなデータベースに記載する事項として、例にあげてあるもののなかに、記載しないほうが良いことはありますか？

- A. 氏名
- B. 住所（市町村まで）
- C. 学歴
- D. 職歴
- E. 希望職種
- F. ランク
- G. 特技・資格
- H. 自己PR

20. このようなデータベースに記載する事項として、例にあげてあるもののほかに、記載したほうが良いことはありますか？

21. このページで、わからない点や不明点、またはご意見など、ご自由にお書きください。

22. あなたが求人者の場合、ワーカーの検索をするためにデータベースへアクセスするとアクセス料として毎分 30 円かかりますが、この料金は適当だと思いますか？

高い ・ 適当 ・ 安い ・ わからない

いくらぐらいが、適当な料金だと思いますか？ _____ 円/分

23. センターが受け持つコーディネーション機能に関してご意見や、不明な点があればお書き下さい。

24. この支払いシステムは、適当だと思いますか？ 思う ・ 思わない ・ わからない

それはなぜですか？

25. ここではワーカーへの作業料の支払いは、月 1 回 25 日支払いとしてありますが、適当だと思いますか？ 思う ・ 思わない ・ わからない

思わないとお答えになった方にお聞きします。どの様な期間で支払うのが適当だと思いますか

- A. 月 2 回（ 日と 日）
- B. 週 1 回
- C. 案件ごとの支払い
- D. その他（ ）

4. 2 アンケートの実施とその集計結果

アンケートは2月1日から2月の半ばにかけて行い、以下に示すような内訳で、計40名の人材に回答願った。アンケートの手法としては、留置法と郵送法を用い、ほぼ100%の回答を得た。

☐ ヤングミセス (20才～34才)	5名
☐ ミセス (35才～54才)	5名
☐ シニアミセス (55才以上)	5名
☐ シニア男性 (55才以上)	5名
☐ ハンデキャップ	5名
☐ フリーランス男性	5名
☐ フリーランス女性	5名
☐ 大学院生	5名

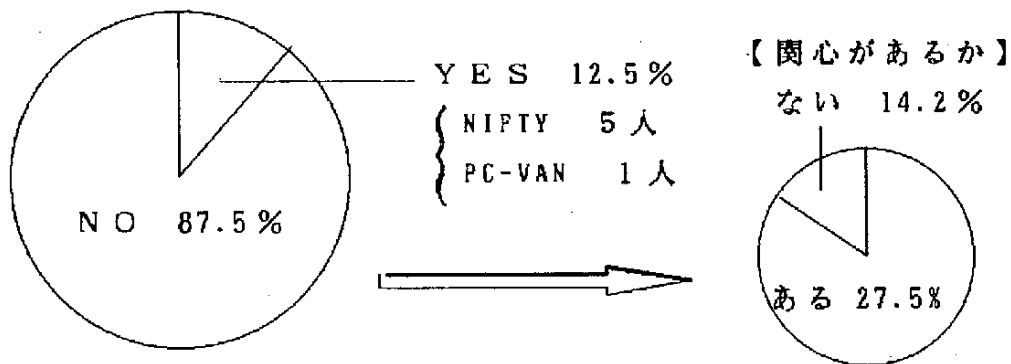
以下に、被験者（サンプル）の一覧と、アンケートの単純集計結果を示す。

アンケート単純集計

質問項目1から6まではフェイスシート（前ページ一覧表としてまとめたもの）

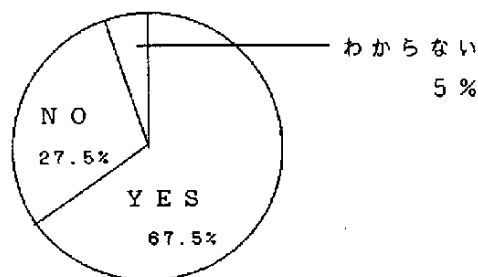
7. あなたは、パソコン通信をやっていますか？

全体の12.5%（5人）がYES、87.5%（35人）がNOと答えている。YESと答えた人の内3人は学生で、加入ネットワークはニフティサーブ・5人、PCVAN・1人という結果。NOと答えた人の中で、85.7%（30人）が、パソコン通信に興味があると答えている。ないと答えた14.2%（5人）の内4人はシニア層（男女含む）であった。



8. データベースに登録するために登録料が必要になりますが、年間5,000円は適当な金額だと思いますか？

67.5%（27人）がYES、27.5%（11人）がNO、5%（2人）がわからないと回答。シニア男性は全員YES、フリー及び学生の回答にはばらつきが見られる。30才以上の主婦全員がYESと答えているのに対し、ヤングミセス5人中4人がNOと答えている。NOと答えた人の適当とする額は、3,000円・3人、2,000円・4人、登録料無料・3人、登録料1,000+データ記載料1,000/1Wというもの。

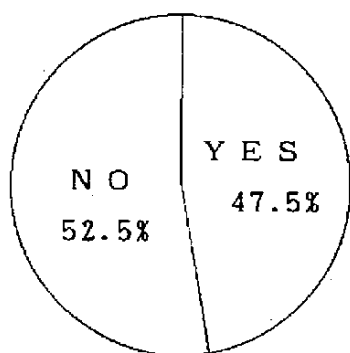


9. あなたは上記の登録料を支払ってでも登録しようと思いますか？

ヤングミセス、シニアミセス、フリーの大部分がYESと答えているのに対し、ミセス、シニア男性の全員、ハンデキャップの大部分がNOと答えている。

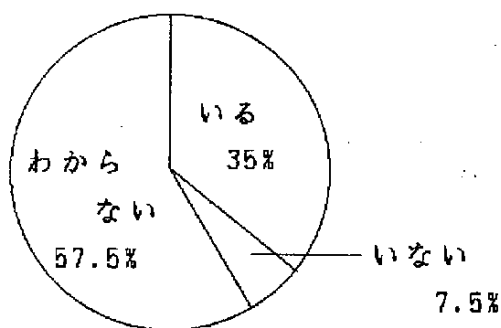
それぞれの理由として、YESと答えたヤングミセス、シニアミセスは、主婦という外に働きに出にくい生活環境の中で、収入減を得ることへの関心の高さとそのためには妥当な登録料という意見が見られ、フリー層においては、仕事を得るチャンスの拡大の方法を得るためということを理由にあげているものが目立つ。

また、NOと答えたミセスは、在宅だとしても仕事がやりにくい生活環境を多く理由としてあげている。今回アンケートを取ったシニア男性、ハンデキャップの方は現在その必要性がないという理由が主で、現在定職を持っており、その職場から退いたあとは登録を考えてもよいという意見が目立つ。

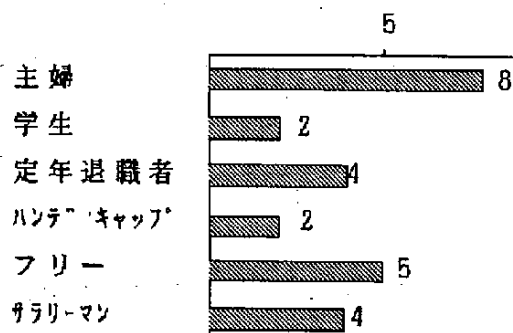


10. あなたの回りで、登録しそうな人がいますか？

いると答えた35% (14人) の内半数の7人はフリー層で、同業者が登録を希望するのではないかという意見が目立つ。

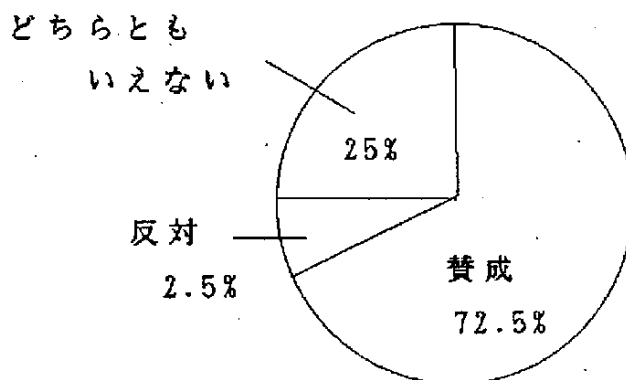


【それは誰ですか】



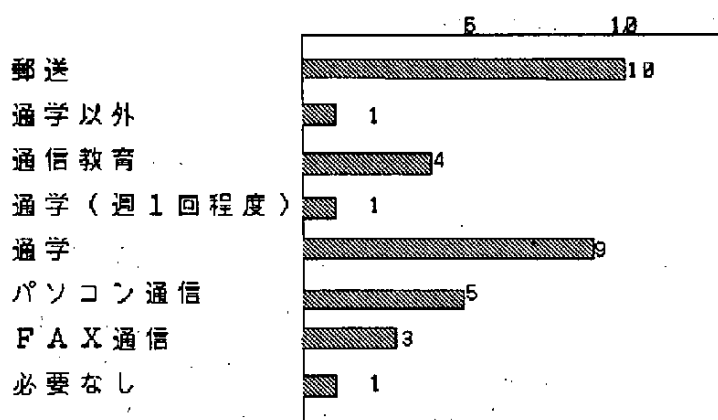
11. 登録の際「マナースタディ」が義務づけられていますが、どう思われますか？

72.5% (29人) が賛成の回答、トラブルを避けるためにもセンターとワーカーの間に統一した相互理解と規約が必要と思われるため、ワーカーが仕事をするうえでの一般常識の再確認が必要と思われるため、等が主な理由。25% (10人) のどちらとも言えないへの回答は、具体的内容がわからないので、が主な理由。また反対者1人からはマニュアルブックレットで充分との意見も。



12. 技術力アップや、ランクアップをサポートするため、技術教育システムを設けることも考えていますが、あなたがもっとも受講しやすい方法はどうなものでしょうか。

75% (30人) が通学以外の何らかの方法を希望。方法の中で、郵送による通信教育と書いた人がその1/3にあたる10人。パソコン通信経験者5人中3人はパソコン通信を手段として指示。ただし、通信教育のスクーリング、週1回程度も含めると通学を希望する人も11人と決して少数派ではない。



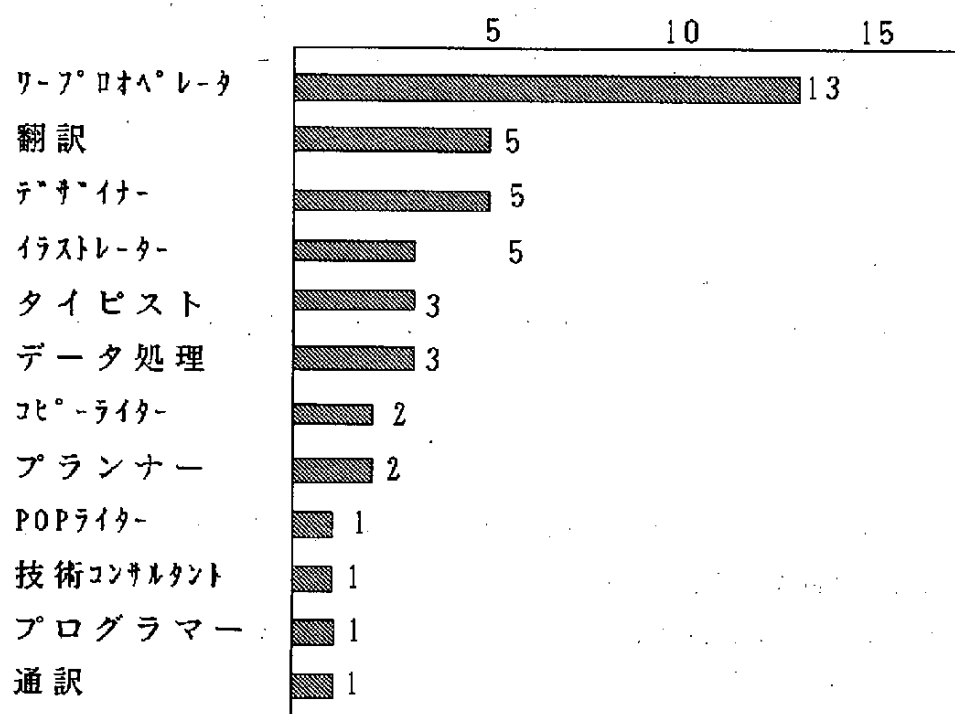
13. この項目でわからない点や不明点、またはご意見などご自由にお書きください。

- ・家に仕事用のパソコンなどがいない場合のレンタルの有無、また購入する場合に格安での購入などの優遇措置の有無はあるのか？ (29才・主婦)
- ・登録料に見合った仕事があるのか？どのくらいの仕事紹介があるのか？
- ・ワーカー側はセンターからの仕事紹介を待つのみなのか？ (27才・主婦)

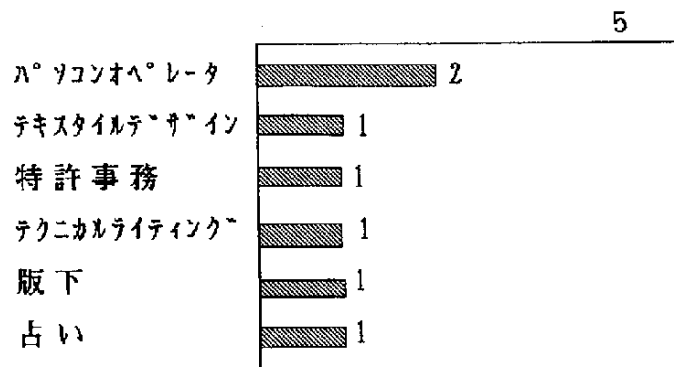
- ・トライアウトのシステムは不要。求人者からの条件（納期、ペイなど）に応じられるワーカーが早い者勝ちで受注し、ランクは、求人者とワーカー間の判断で良い。（32才・主婦）
- ・ランク設定、教育システムに関しては、過去に仕事をしていた経験上賛成。（39才・主婦）
- ・資格を有していても、過去にとってブランクのある資格の場合その資格に見合う技量を持ち合わせているか疑問。資格を持たない場合にのみトライアウトでのランク設定がなされるべきなのか？自己申告でのランク設定では、正しいランク設定ができないのではないか？（36才・主婦）
- ・若い人には良いシステムで、また時代にもマッチしているが、自分の年齢では現実的ではない。（55才・主婦）
- ・登録料を支払うまでに、他に料金がかかるのか、ID取得までは無料で技術教育等が受けられるのか明確でない。（35才・フリー）
- ・登録料があまり安いと、いいかげんな人が多くなってしまう恐れがあるので、少々高くてもやる気のある人に登録してもらったほうがよい。（フリー）

14. この表で、あなたにできそうな職種がありますか？

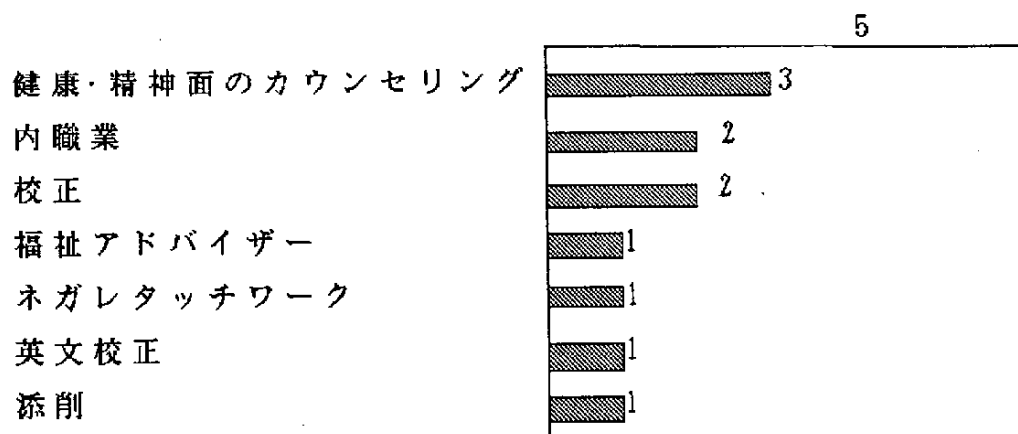
47.5%（19人）がある、52.5%（21人）がないと回答。ヤングミセスは全員あると答えているのに対し、シニアミセスは全員ないと回答。職種は次の通り。



15. この表にある以外で、あなたが在宅勤務できそうな職種はありますか？



16. この表にある職種以外で、在宅勤務に適していると思われる職種は何ですか？



17. この表にある資格以外で、ランク設定の基準となるとと思われる資格は何ですか？

またその資格は、どんな職種のランク設定の基準となると思われますか？

- ・パソコンソフトの認定資格：パソコンを使った仕事
- ・医師、看護婦、保険婦：保険・精神面のカウンセリング、育児相談など
- ・栄養士
- ・福祉士
- ・英検、科学工業英検：翻訳
- ・建築士、建築設備士、電気主任技術者、消防設備士、ビル管理技術者等技術に関する資格

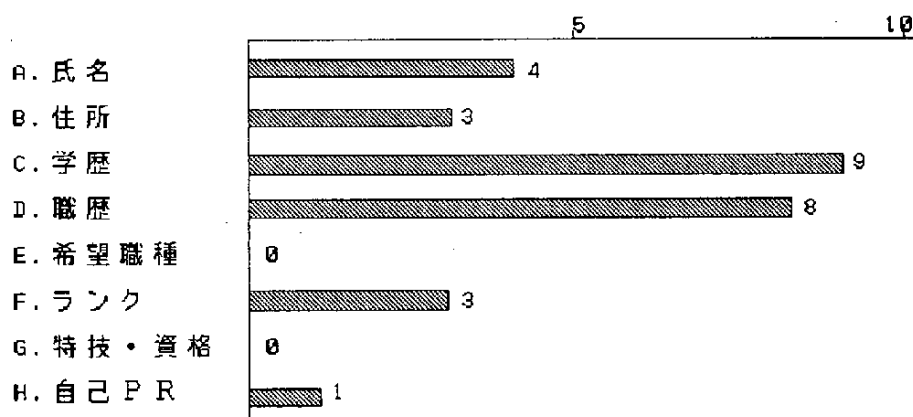
18. 3ページから5ページまでの内容に関して、わからない点、不明点、またはご意見などご自由にお書きください。

- ・ランクによって料金が決まるというのは、自給計算ではわかりやすいが出来高の場合どうなるのか？(39歳・主婦)
- ・同じ職種であっても仕事内容によってペイは変わってくるのか？(27才・主婦)

- ・仕事をしながら資格を所得したいので何とも言えない。(42才・主婦)
- ・資格を必要としない仕事(例えば宛て名書き)、資格を持たない仕事(例えばホームヘルパー、家庭教師など)はできるのか?(45才・主婦)
- ・翻訳、通訳は、英語以外の語学も表示したほうがよい。(32才・主婦)
- ・仕事にランクは付けるべきではない(23才・フリー)

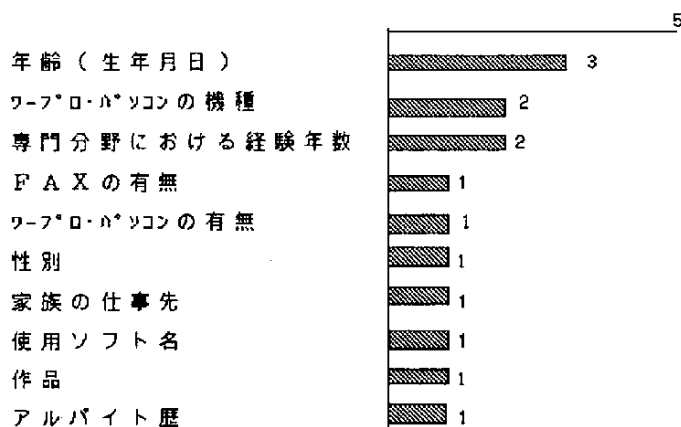
19. このようなデータベースに記載する事項として、例にあげてあるものの中に、記載しないほうがよいことはありますか?(複数回答)

学歴、職歴に関しては、特技・資格を記載するのなら、記載不要という意見が多く見られる。また、名前は記号、ナンバー化するほうがよいという意見もあった。



20. このようなデータベースに記載する事項として、例にあげてあるもののほかに記載したほうがよいことはありますか?

業務上の秘密保守の観点や、家族に同業者がいないことが望ましい場合もあるという理由から、家族・配偶者の仕事先・職種を登録するべきだという意見があった。また、フリー層からは、コピーやイラストなど自分の作品をデータベース上で実際見てもらえる仕組みを希望しているケースが見られる。

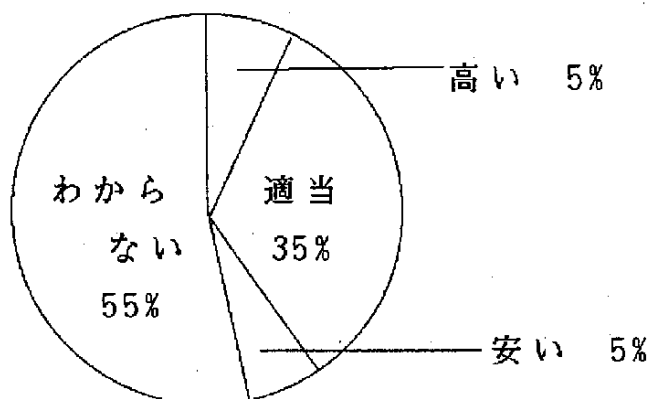


21. このページで、わからない点や不明点、またはご意見など、ご自由にお書きください。

- ・学歴は自由記載にすべき。書きたくない人もいるだろうし、在宅の場合どれだけの技術を持っているかの方が重要。(27才・主婦)
- ・ワーカーが正しい内容を申告するのであれば、学歴・職歴・ランクの記載は不要。特技・資格・自己PRの欄で十分。(45才・主婦)
- ・このデータベースが十分に活用されるため、プロの人材を確保することが必要。そのため特技・資格は本人の申請のままでなく、センター側が資格審査をしたほうがよい。(36才・主婦)
- ・学歴・職歴よりも、自分が何をやりたいかが大切。自己PRの欄を大きめに取ったほうがよい。(42才・主婦)

22. あなたが求人者の場合、ワーカー検索をするためにデータベースへアクセスするとアクセス料として毎分30円かかりますが、この料金は適当だと思いますか？

パソコン通信を現在利用している5人はいずれも、適当又は安いと回答している。ただし安いと答えたパソコン通信利用者の一人は、レスポンス速度がよい場合とした条件付き。安いと答えた2人は、適正料金を毎分100円、高いと答えた2人は適正料金を毎分10円と答えている。



23. センターが受け持つコーディネーション機能に関してご意見や、不明な点があればお書きください。

- ・求人者がワーカーのセンター照会を受ける場合は料金はかからないのか？(27歳・主婦)
- ・ワーカーが仕事の受注・納品をする際郵送ですむのならよいが、出向かなくてはならないのであれば、センターの立地条件も、登録時の検討事項になる。(27才・主婦)
- ・仕事の発注時にセンターが間に入ることによって生じる時間のロスや、仕事の詳細や疑問点に関してセンターが間に入ることで生じる恐れのある混乱等を考え合わせると、発注は求人者から直接ワーカーへ、納品はセンターを通して、という形がよい。

(29才・主婦)

・アクセス料を高め(毎分100円など)に設定しても、コーディネート料は別にもらうべきだと思う。(32才・主婦)

・納品前のチェック機能はどうなっているのか?(36歳・主婦)

・ワーカーや、求人者からのクレーム等の処理はどういうシステムになっているのか?

(36才・主婦)

・ワーカーのギャラはランク設定により設定されると思うが、どのように決められるのか、ワーカーの希望も取り入れられるのかを知りたい。(60歳・男性)

・研修、講座、テキスト制作などを企画中だがこういった物もコーディネートしてもらえるのか。(60才・男性)

・仕事の細部にわたったミスの発生や変更がおきた場合や、ワーカーと求人者の間で意見の食い違いが見られる場合など、責任の所在が明確でないときセンターはどのような対応をするのか?(32歳・フリー)

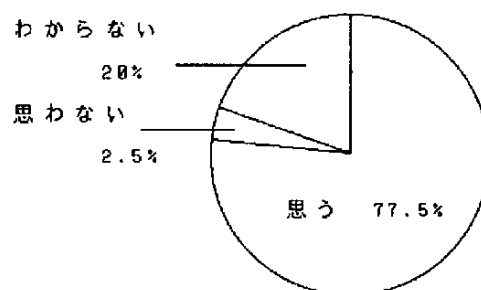
・仕事の質が低かったり、デザインワークなどで求人者の好みに合わなかった場合など、ギャランティに関連した問題やその他のクレームなどについてどのような処置を取るのか。(32歳・フリー)

・チェック機能がないとうたっていても、ギャランティが多額に及べばクレーム処置をせずにすむことは少ないと思うが、どのような対応を取るのか。(32才・フリー)

・具体的にどこまでサポートしてくれるのか知りたい。(29才・フリー)

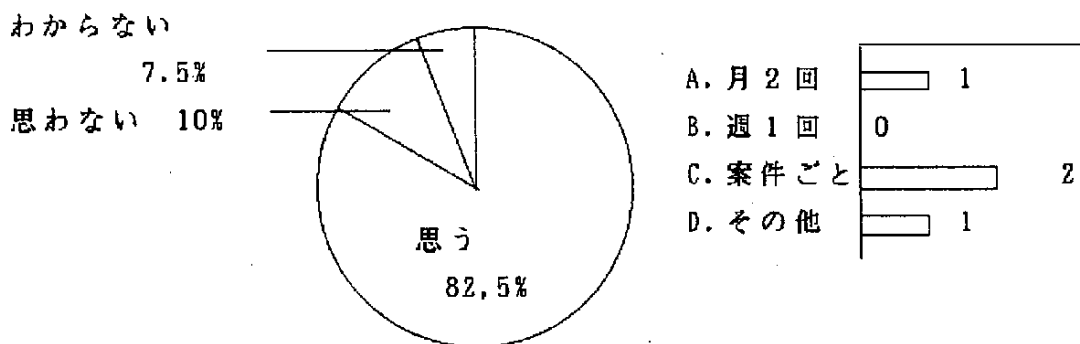
24. この支払いシステムは、適当だと思いますか。

77.5%(31人)が思う、2.5%(1人)が思わない、20%(8人)が、わからないと回答。思うという回答に関しては、一般的だからという理由が主流。思わないと答えた理由としては、二度手間になるので、求人者からワーカーに支払われればよい、コーディネート料はパーセンテージ決めでなく1件いくらの定額がよいなどの意見があげられている。また、わからないという回答では、実際にやってみないとわからない、仕事が継続中に求人者からの支払いが滞った場合の責任が不明などの理由がある。



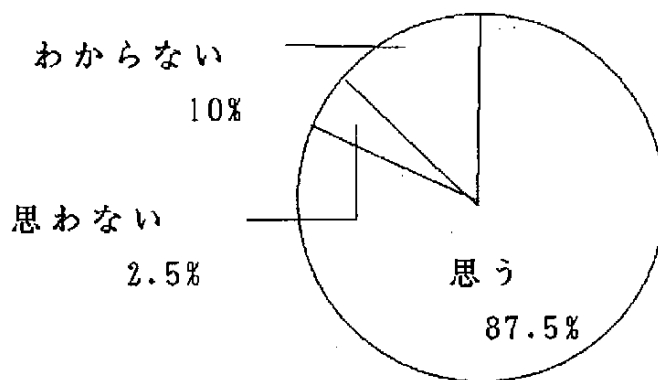
25. ここではワーカーへの作業料の支払いは、月1回25日支払いとしてありますが、
 適当だと思いますか？

思うが82.5% (33人)、思わないが10% (4人)、わからないが7.5% (3人)。思わないと答えた4人の内、月2回15日と月末を選択した人が1人、案件ごとの支払いを選択した人が2人、その他を選んだ1人は、仕事量が多い場合は月2回に分けるといった意見をあげている。



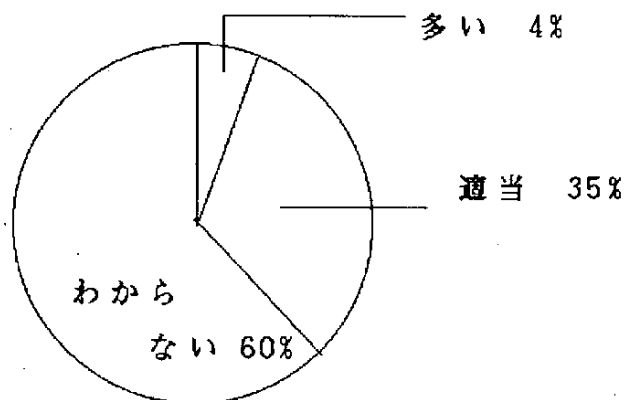
26. ここではワーカーへの作業料の支払いは銀行振込としてありますが、この方法は
 適当だと思いますか？

思うが87.5% (35人)、思わないが2.5% (1人)、わからないが10% (4人)。思わないと答えた1人は、支払方法は、郵送か振り込みか、振込だとしても、どの銀行へ振り込むのか郵便局なのか、など、ワーカーの都合で選べるようにするべきだとの意見。



27. 15%のコーディネート料についてはどう思われますか？

多い4%（2人）、適当35%（14人）、少ない0、わからない60%（24人）という結果。適当を選んだ理由として、ネットワークを維持管理するために、丁度よい手数料というものや、支払事故に対しての責任分担によってはわからないという条件付きで適当と選んでいる例がある。わからないを選んだ理由として、トラブル発生の可能性とそのトラブルへのセンターの対応力がわからないので、という者や、わからないとしながらも、仲介業としてはやや高めという意見、また反対に仕事の大きさによって手数料が変わっても妥当で規模の小さい仕事ではもう少し取らないとセンター側の採算が合わないのではないかと意見もいくつか見られる。



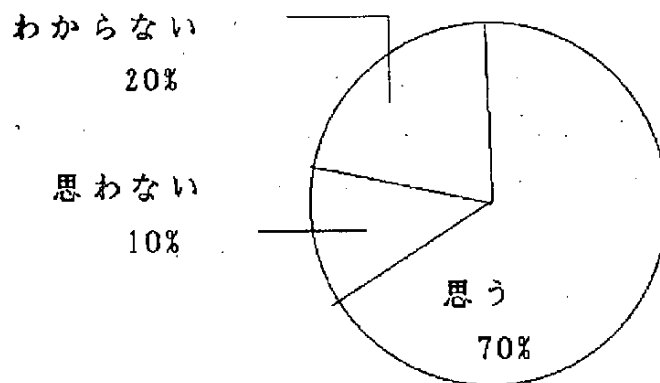
28. このページで、わからない点や不明点、またはご意見など、ご自由にお書きください。

- ・全体を通してみると、手数料を差し引かれワーカーの手元に残る額が少なくなることになるので、コーディネートに支払われる額がこれでは多すぎる。（42才・主婦）
- ・求人者からの支払いが滞ったらワーカーへの支払いはどうなるのか。（36才・主婦）
- ・センターの場所はどこになるのですか？（32才・主婦）
- ・ワーカーが受け取る作業料（概算値でよい）は、作業紹介時に前もって知ることができるのか？（57才・シニア男性）
- ・職業紹介事業として職業安定法に抵触しないか？（67才・ハンデキャップ）
- ・ワーカーから見ると、忙しいときには銀行に行けないときもあり、銀行振込は案外不便。センターの場所にもよるが、センターで直接受け取ったり、月毎に受取方法の選択ができたりするほうが便利。（フリー）

29. 在宅勤務者には、孤独感や外の社会との孤立感を悩みとしてあげる人が多いのですが、あなたは、在宅勤務者同士の交流の場があったほうがよいと思いますか？

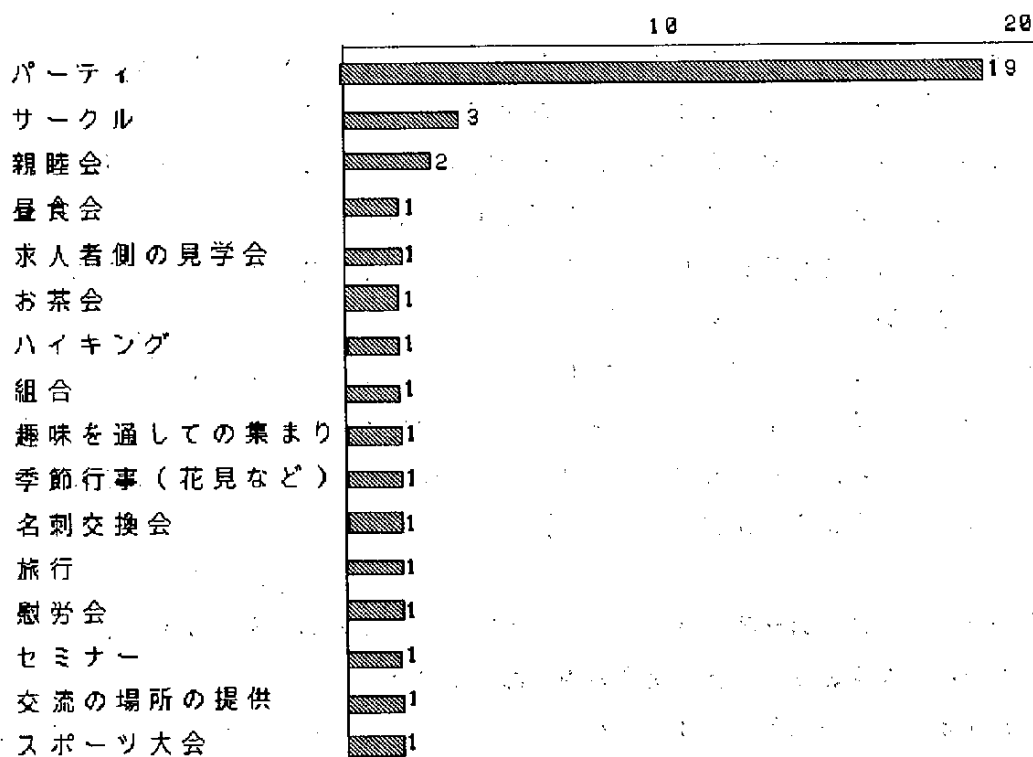
70%（28人）が思う、10%（4人）が思わない、20%（8人）がわからないと回答。思うと答えた人は、情報交換の場が必要、悩み、不安や疑問を話し合いストレ

70% (28人) が思う、10% (4人) が思わない、20% (8人) がわからないと回答。思うと答えた人は、情報交換の場が必要、悩み、不安や疑問を話し合いストレス発散となる場が必要などを多く理由にあげた。また、思わないとした人は、されては不都合な情報まで交換されかねない、システムは仕事の間であり人とのつながりは他の場所で持つべきという意見をあげている。



30. 在宅勤務者同士の交流の場が設けられるとしたら、それはどんなものがよいと思いますか？（複数回答）

お茶会、親睦会、昼食会、慰労会、名刺交換会などを含めると圧倒的多数でパーティの希望が多い。また、スポーツ大会や、サークルなど趣味を通じた集まりもいくつか希望が見られる。



3 1 . あなたが、センターに望む事は何ですか？

- ・気持ちよく仕事ができること。(27才・主婦)
- ・埼玉県は、プロ技術者養成のための講習と、そのあとの仕事斡旋のシステムを有している。本当の技術が身につくような教育システムを導入して欲しい。(36才・主婦)
- ・センター勤務者とワーカーとの個人的感情が仕事に影響しないようにして欲しい。(39才・主婦)
- ・常に求人企業があること。(43才・主婦)
- ・豊富な情報の提供(60才・男性)
- ・登録者数の確保と機能機能の長期的維持。(30才・フリー)
- ・ワーカーには様々な人がいるので、性格・状況など考慮して、求人者側とワーカー側の調整を行って欲しい。(フリー)
- ・ホームワーカーズデータベースの確立と実現。(35才・フリー)
- ・希望条件に合った仕事をたくさんもらいたい。(29才・フリー)

3 2 . このページで、わからない点や不明点、またはご意見など、ご自由にお書きください。

- ・ワーカーの方でもデータベースで求人企業が検索できたり、通信を使って納品できたりするのでなければ、他の派遣会社と変わらないと思われる。またワーカーにとってとくにメリットがあると思えない。(43才・主婦)
- ・センターは営利団体なのか、公共の福祉団体なのかよくわからない。(32才・主婦)
- ・システムに登録しても、必ず仕事を得る保証がないのであれば年間5,000円は高いと感じる人もいる。(36才・主婦)
- ・資格のない人は仕事ができないのでは？(23才・フリー)

3 3 . この企画全体に対してわからない点や不明点、またはご意見などご自由にお書きください。

- ・不景気な昨今、どのくらい企業側のニーズがあるか不安。
- ・登録したもののまったく仕事はない、ということにはならないのか。ある程度コンスタントになれば生活設計も立てにくい。(27才・主婦)
- ・求人者は、このシステムを使ってよい人材を見つけたら15%の手数料を払わずにその人を引き抜いてしまうのではないか？
- ・仕事探しの場としては、大変利用価値のあるところだと思うが、収入を生計の一部としている者にとっては、確実に仕事を確保できる訳ではないのが不安。(29才・主婦)

- ・発注と納品をセンターが仲介するというのは、現実には難しく思える。また、ワーカーと求人者が直接発注・納品をした場合、次の仕事の際はセンターは不要となる。

(32才・主婦)

- ・登録者の数よりも登録者の質が問われるのではないかと、ただし仕事の質が高まり受注量が増えるほどワーカーの負担も増すので、やはりワーカー同士の交流の場は必要。

(36才・主婦)

- ・仕事上の疑問が発生した場合、センターを通して質問するのか、求人者にじかに質問するのかわからない。(39才・主婦)

- ・ワーカーの偏差値化という印象を受けた。外勤者と同様に働き蜂を作りだす危惧を感じる。パソコン通信は人間自身の向上のために使われる方法を考えて欲しい。(45才・主婦)

- ・資格のない者にとっても在宅でできる仕事が必要であるし、そういう人達があって初めて底辺が固まるのではないかと。資格がないが在宅勤務したいという人はたくさんいるはずだ。(42才・主婦)

- ・自分のように高齢な者には頭で理解できても、在宅で仕事ができるかということが現実的ではないが、リタイア後の仕事場所としてはよいと思う。(61才・主婦)

- ・非常によい企画だと思うので、実現の折りには自分も登録したい。(60才・男性)

- ・実現の折りには、カメラマン等ブレンとして紹介できる。(30才・フリー)

- ・求人者、ワーカーの顔が相互に見られないのが不安。

- ・納期や質についてセンターがどこまで責任を負えるのか、クレームやダンピングの処理をセンターは正確に対処できるのか、顔を見合わせずに仕事をする難しさ(意志の疎通がない、信頼感の欠如など)をセンターがどこまでカバーできるのかが問題。

(35才・フリー)

- ・仕事は、資格よりも実務経験や実力、意識の持ち方などの方が大切。(29才・フリー)

4. 3 アンケート結果の分析

4. 3. 1 属性別の特徴の把握

サンプルの属性別に、特徴が認められた事柄を記述する。

(1) ヤングミセス

今回アンケート調査を実施した8サンプル群の中で、「在宅勤務」ということに対してもっとも積極的な意欲を感じさせる層である。このシステムの運営が開始されれば多数のヤングミセスの参画が見込まれるだろうと感じさせる。

「ワーカーとなる可能性のある自分」という見地で回答しているため、回答内容も詳細で具体的であることもひとつの特徴だろう。

このシステムへの理解度の高さや、「自分に出来る仕事」として、5人中4人がワープロオペレーターを挙げている点などから、OA環境への慣れも最も感じさせる層である。

金銭に関してはもっとも敏感で、とくに「生計の足しとしての仕事」という見地に立っている場合、登録料は5,000円では高いという印象を持っているようであるし、また、登録した場合どの程度仕事が与えられるのかという点に高い関心を示している。

家庭条件によりなかなか外へ出ていくことが出来ないこの層は、逆に情報交換の場を必要としている様子がうかがえる。

(2) ミセス

システムへの理解度も高く、積極的な回答も見られるが、自分自身の参画という点では、かなり消極的。仕事のために外へ出るチャンスも再び広がり始める時期でもあることと、逆に家庭内での仕事そのもの、また家庭内で仕事することへの難しさや抵抗感を感じるためであるようだ。ただし、例に挙げられた仕事の中で自分に出来る仕事としてワープロやタイピングを挙げており、やはり、OA環境に明るいことが分かる。

若い世代の主婦に比べ、仕事から得るペイに加えて、仕事を通しての自己向上や自己啓発を求める意識の高さがうかがえることも特徴。

登録料に関しても、5人中4人が妥当とし、マナースタディの必要性も含めワーカーの質を重視しているようにみえる。

(3) シニアミセス

システムへの理解度も高く、積極的な参画意識が見られるが、実際に「自分に出来る仕事」がないと5人全員が回答している。OA機器に接する機会が少なく、OA環境に慣れていないため、OAに対して敬遠している様子がうかがえる。ただし、在宅勤務はOA回

りの職種に限られる訳ではなく、彼女達の勧誘方法や参画方法を更に検討すれば本企画にとって重要な戦力になることを予想するのは容易である。

自己向上、自己啓発といった意識も高く、またマナースタディを含むワーカーの質向上の必要性も強く感じているようだ。

(4) シニア (男性)

システムへの理解度も高く、仕事に対するプロ意識も高いのだが、自己の参画意識はかなり消極的。原因のひとつには、シニアミセスと同様にOAシステムへの不慣れ、またもうひとつの原因には、現在在宅勤務を必要としていないという点が挙げられる。これは、企業の退職年齢が高齢化に伴い、60才を超えても会社に勤務しているという例が見られるため、サンプルの設定自体に問題があったことも考えられる。ただし、現在の状況においては参画意識の低いこの層も定年後の勤労手段としては関心が高いとしており、また今回のサンプルの中には、定年後独立して在宅勤務を行っているという例も見られることから、有力な戦力であることは確かである。

(5) フリーランス

男女ともに、現在の必要性からも参画意識はかなり高く、システムへの理解度も高い。今回、フリーランスのサンプルとしてアンケートに協力していただいた方の中で、いわゆるフリーターよりも、独立して仕事をしているフリーのプロという立場の方が多かったせいか、「在宅で出来る仕事」としてかなり専門分野の職種を例に挙げているのが目立つ。

彼らは、このシステムに横のネットワーク作りを期待している様子がうかがえ、情報交換の場、中でもその例として名刺交換の場を求めており、彼らの参画目的が本企画の趣旨(センターを介しての業務実施、など)からは少し外れる危惧もある。

本企画の運営が開始された後は、こういったプロのフリーランスのみでなく、いわゆるフリーアルバイターや、人材派遣業登録者なども、重要な戦力として考えられるべきであろう。

(6) 大学院生

今回のサンプルの中で5人中3人までがパソコン通信に携わっており、またOA環境にも十分慣れているため、このシステムの一番近いところにいる存在と言ってもいいようだ。ただし、実際に登録するかという問には意外と消極的で現時点では在宅勤務にあてる時間がない、どの程度仕事があるか分からないところに入るよりは、確実にペイのあるアルバイトを選ぶ、といったところが本音のようだ。

4. 3. 2 概感

各項目で、サンプルから出された質問や意見をまとめてみると、大体が次のようになる。

- ・登録料に見合っただけの仕事が得られるのか
- ・作業料は確実に得られるのか
- ・ランク設定はどのような基準でなされるのか
- ・資格を持っていない者や、資格を必要としない仕事は出来るのか
- ・求人者に対して、センターは納品、仕事の質などどこまで責任を持つのか
- ・センターは、ワーカーをどこまでサポート、保護してくれるのか
- ・ワーカーの質向上が必須

つまり、企画案に対するアンケートとは言え、今回協力いただいた方々はかなり、現実的な構想としてとらえており、自分自身がワーカーの立場に立ち切実な意見・質問として発言をしたことが分かる。

アンケート結果からも分かるように、今回の回答者の約半数、年代などによっては大多数がなんらかの形で参画を希望しており、本企画への評価も高い。

「在宅勤務者サポート・データベース」の構築が近くなされることを多くの人が歓迎しており、また期待していると言ってよいだろう。

4. 4 学識経験者へのヒヤリング

4. 4. 1 従来型マネジメントを超える発想と在宅勤務者サポート・データベース

〈講演／意見聴取〉

伊藤邦雄氏

●一橋大学商学部教授

〔伊藤氏の持論の特徴は、クライアントに示すデータベースの職種を、いわゆる大企業的に縦割りで示すのではなく、発想の転換を図りながら、ニーズを探ることの必要性を説いていることである。氏には本データベースの企画原案を見ていただいたうえで、意見聴取を行った。〕

こうしたデータベースを媒体とした勤務形態の市場が果たしてあるのか、ということについては、このデータベースの市場と人材派遣会社の市場は共通するものがあるという点で、あるだろうと思います。ただ人材派遣の場合は近くで仕事が見えるという長所があります。その点をこのデータベースがどう克服するかということは問題として残ると思います。もっとも人材派遣会社の場合は高いし、ミスマッチングが多いという欠点があります。

ハイエンドの仕事としては、新規事業のスタッフを集めて何かを立ち上げるといったことがあります。ある所である統計ソフトをローカライズしていますが、マッキントッシュが出来て、統計の知識があって、英語が出来て、という要件を満たす人を探したい場合、このデータベースを使えば、マッチした人を検索するといったことが可能になってくるわけです。そういう意味では、こうした人を探すのが困難な中小企業にはニーズがあるのではないのでしょうか。

熟練を要するものは、短期間の仕事とは言っても、長期の仕事であるとも言えるわけです。代筆業などは、いついつまでにやってください、ということですが、ハイエンドの場合はやりとりが必要になります。そういう場合は在宅とは言え、会社に足を運ぶ必要もあるでしょう。ですから、全部在宅というわけではなくて、もっとゆるやかな仕組みを考えていくことも大切です。

要するに、人をクライアントに派遣はしないが、人材派遣と実質は同じなわけですから、そういう意味ではこのデータベースでも同じようなニーズはあるでしょう。

大企業に市場があるかと言うと、大企業には下請けがあります。あるいは分社化しています。そういう意味では大企業よりも中小企業に、むしろニーズがあるのではないかと考えられます。このデータベースによる勤務形態からすると、極端に言えばオフィスは不要ではないか、とも言えます。また、在宅勤務者をネットワークでつなげる、という構想

だと、社員を多くかかえないで、仕事によって人数を増減させることも、可能になるでしょう。トレンドとして大企業もスタッフをどんどん減らして外注化していくことになるかも知れません。そういう意味では、今後大企業の市場が望めないわけではないということになります。

人材派遣でよい点というのは、会社にはないと分からない仕事が出来ることです。データベースの場合は、会社の中でなくても出来る仕事を企業側から聞いてきて、出来る職種を縦割りでない形で組んで提示することが大切です。ニーズとしては縦割りの形ではないでしょう。たとえ縦割りになっているとしても、一応職種を縦割りではないという形でコーディネーション能力を発揮するようにすればニーズはあるのではないかと思います。

企業から仕事の依頼を受けるためには、クライアント側に対して、「何か外に頼みたいことはありませんか？」というようにするのがよいでしょう。社内ではやりにくい、というものを聞いて、それをやるというようにしたほうが成功すると思います。「何でも出来ます。優秀な人材が集まっています。何か困ったことはありませんか」と聞くのです。その後で、ワーカーが具体的に項目として書いてきたものをクライアントに見せるということも考えてもよいでしょうが。

ただ、縦割りの職種は示さないまでも、ある程度領域を示すことは必要です。大きくとらえることが大切でしょう。

このセンターの構想では、アントレプレナー、シニア層、主婦、ハンデのある人、さらに大学院生まで対象にしているということですが、大学院生などは先程のマッキントッシュ、英語、統計の全てを満たすワーカーとして有望かもしれません。データベースの仕組みを持って、企業に営業していくのは大変でしょうが、その辺は既存の商用データベースと一緒に営業することも可能ではないかと思っています。

このデータベースのサービスを企業組織の変革という点から考えてみましょう。

企業としては、高齢者でも専門能力を持つ人は使いますが、単なるゼネラリストは不要なのです。ですから専門の人は定年まで会社に残る可能性が強いということになります。となると、データベースでのねらいと違ってきてしまいます。ですから、スペシャリストの組み合わせをセンターでやるとよいのです。企業の中にいてください、というのは縦割りの専門職なのです。企業側の縦割りではなく、あくまでもこちら側で、あるスペシャリストと他のスペシャリストを組み合わせで「何か仕事を」ということにメリットがあります。

企業内にはAの専門、Bの専門はいますが、Aの専門にBの専門が加わった形で発注してくることがあるでしょう。経理の専門家がコンピュータの専門家というわけではないので、大企業はともかく、中小企業では簡単には自社内で処理出来ない部分もあります。不

況と言っても、中小は人余りでなく、まだまだ人材不足なのです。中小では縦割りの職種が揃わないので、外部に仕事を依頼したいニーズはあるのです。

シニア層については、大企業としては専門職を残し、役に立たない人を出すわけですから、これがデータベースで仕事出来るかどうか、という点で難しいでしょう。

人材派遣業者がシニアを採用しているという話はあまり聞かないでしょう。企業に対して「人材削減策に貢献します、在宅勤務でどうですか」というように言っていくという形では、子会社作りと同じ発想になってしまいます。

ある程度、領域の上でくくりをつけて、企業側にどこにニーズがあるか聞くのがよいでしょう。サポートの領域なのか、どこの領域なのかとまず聞くことが大事なのです。人材派遣でなく、在宅勤務に頼むメリットを直に企業に聞いてみて、在宅勤務の可能性を探ることが必要になってくると思います。

聞いたところで、まず大企業にはそうしたニーズはないでしょう。でも、中小ではビジネスサポート系のニーズはあります。ハイエンドのニーズについても、人を採りたいということと結びつきのニーズはあると思います。

繰り返しますが、職種の縦割りで示すのでは効果は薄いと思います。企業ではこうした縦割りで示したものなら、人材派遣からでも何でも対応してしまえるのです。データベースなら交通費もかからないのですから安いし、速いということもメリットとしていけます。

手数料にしても、人材派遣業の場合より、格安に設定すれば、企業としては安上がりですむわけです。

ワーカーの立場から言えば、ワープロ入力などはダンピングされて、昔の袋貼りのようなことになっている実情があるわけですから、ワーカーの立場を守っていくことをうたえば、ワーカーにとっても有効な勤務形態ということになると思います。ワープロなどについては、単純な入力では今後の見通しを言えば、付加価値をつけた入力作業ならニーズはあるでしょう。例えば、話したことをまとめて、ワープロで形にしてくるというような仕事も出来るでしょう。中小企業の社長でアイデアはあっても、自分で定着させたり、まとめるだけの時間がないというあたりに、テレセクレタリーといったことも含めてニーズがあるのではないかと思います。あら原稿から起こして、ファクスや電話でやりとりして、ちゃんとしたものにしていく、というような形ですね。

また、企画書や経営計画書を書きたいという経営者のニーズがあって、それをサポートするのは、縦割りであり得ません。あえて言えば、今までだったら広告代理店がやることでしたが、企画サポートという形でこのデータベースに入れたらよいのです。

その他どんなものをデータベースに入れたら需要があるのかを、企業に聞いてみればよいのです。

このデータベース企画案を見る限りでは、これがアントレプレナーサポートデータベースにもならないか、という点では、現状では「まだまだ厳しい。まだ溝がある」と言わざるを得ません。縦割りの考え方では、アントレプレナーにはなれないのですから。

ただし、アントレプレナーでもある個人の履歴をデータベースに入れておき、クライアントがその履歴を見て発注するという仕組みにしておけば、フリーランスワーカーととらえて、仕事を出すかもしれません。かなり厳しいでしょうが、その場合、体験的に1回やらせてみて、あらためて発注する方法であれば成り立つでしょう。

次に具体的にどんな仕事がデータベースで可能性を持つかをお話したいと思います。

ハイエンドの仕事についてですが、ハイエンドの人はセンターが責任を持つというわけにはいかないでしょうから、直接クライアントとつなげないといけません。そうするとセンターの役割がなくなってしまうという問題があります。ワープロや翻訳などローエンドのものなら、センターが責任を持つなどセンターの役割もあるのですが。

ハイエンドとワーカーとクライアントを結ぶデータベースということで、お見合い、マッチメーカーになって、ビジネス的に成り立たせるために、カタログ販売、通信販売の方法があります。こちらの出来ることをこちらで分類してカタログを作って、企業に送るのです。一つ一つは小さなニーズでも、まとめれば大きくなります。大きくまとめて発注するというのならセンターはビジネスになるでしょう。

また翻訳、資料収集など、得意な分野を作って、いくら位と決めて企業にばらまき、企業は通信回線を使ってセンターの端末に送ればよいでしょう。センターはまとまったところで発注するのです。

うまいカタログが出来れば成功です。企業ではやりにくいものもあるわけで、これをカタログに入れこむのがポイントなのです。

例えば経理業務の場合、中小企業ではパソコンを使って連動した仕組みにして、情報化という形を取りこむことで、付加価値になるでしょうが、その場合、在宅ということにあまりこだわると難しいかもしれません。いろいろな仕事内容と企業側のニーズの関連という点で言えば、進めていくうちにクライアントの実態が分かってきて、そうすれば在宅という枠をはずさざるを得なくなるということもあるかも知れません。

また、大学院生の場合の在宅勤務ということに関して言えば、ニーズはあるとは思いますが、しかし、学生はレベルが分からないという点が問題です。何百、何千の学生がいるわけで、どのようなスペシャリティをもってくるかが問題です。専門を聞いただけでは分からないので、もう少しブレイクダウンした形で、機械工学の何が出来るのかということまで聞かないとなりません。仕事が出来るかどうかも未知数ですし、実績のないのも不安です。

オーバードクターであれば、いろいろな意味でこちらのニーズに合わせるからまだいい

のです。マスターでは単なるアルバイトになってしまうでしょう。オーバードクターの場合は食い扶持がほしいのでその気になってやるかも知れません。それより、会社員の中でアフターファイブの仕事をきっかけに、そこから独立するというあたりにニーズがあるのではないのでしょうか。その場合、アフターファイブ人材派遣業になってしまうと、企業倫理として問題が生じてくるかも知れません。センターで工夫して、誰がやっているのか分からないようにして発注するなら、在宅でやるのだから問題はないでしょう。就業規則にも抵触しないし、大企業でも構わないでしょう。昼間OLやって、夜銀座でホステスやっているようなものですからね。

ただし、そこで具体的に名前を出したら、困る場合もあるかも知れません。会社でそこまでばる権利はありませんが、基本的には社名は伏せるのがいいと思います。

とにかく、ワーカーもすごい数ですし、クライアントもやり方によってはすごい数になるわけですから、クライアントのニーズを吸い上げる、ワーカーのネットワークをうまくやる、という要件さえ満たせば、ビジネスとして成り立つと思います。一つの方法として、近く社団化する日本サテライトオフィス協会などと一緒にのビジネス展開なども考えられると思います。

また、主婦とか被介護者を家に持っている人が在宅勤務出来ないか、といったことも、ニーズとしてはあり得ます。そのあたりをこちら側でどう仕組んでいくか、ですね。ハンデキャップを持つ人についても同じように考えていくべきでしょう。

まだまだ遅れてはいますが、現在の日本の企業においては、人事面での変革の兆しはあります。現に定年の何年も前からピーク時の8割しか給料を支払わない、という現実が出てきていますし、勸奨退職なども行われています。そういう人がどういう動きをとるか、ということが興味深いところです。辞めれば家でゆっくりはしつつも、そのうち何もしないというわけにはいかないから、1日5時間位は家で働きたいという人が当然出てくるわけですね。

午前中農作業、昼食後昼寝、午後3時から仕事をする、というやり方も出てくるでしょうし、そういう生き方をしたい人にあった仕組みづくりは、非常に意義深いものと言えましょう。そのあたりに、データベースの展望も見えてくるのではないのでしょうか。

4. 4. 2 在宅勤務者サポート・データベース、その事業展開の可能性

〈講演／意見聴取〉 寺本義也氏 ●筑波大学大学院経営システム科学専攻教授
●英国クランフィールド経営大学院客員教授
●著書：『日本企業のグローバル・ネットワーク戦略』
『ネットワーク・パワー』他

〔寺本氏にも企画原案をもとに、意見聴取を行った。氏はデータベースの事業としての展開の可能性について、極めて具体的、建設的に独自の見解を展開している。『コーディネート料の適宜な額』『まずはローエンドの仕事からスタートすべきである』『大企業より中小企業にターゲットを』といったことなどを、本データベース構築に共感を示したうえで、指摘を加えながら語っている。〕

まず、データベースの事業性についてお話ししたいと思います。センターとしてはデータベースを作ってビジネスユーズとつなげるということですが、この構想について聞かぎり、外部にスタッフを抱えたシンクタンク的な組織と考えることが出来るでしょう。公的なネットワークを使っただけの商行為は出来ないでしょうが、BIT-NETというネットワークでのやりとりを見ていたら、外人の日本外でのやり取りではありますが、ビジネス情報も交わされていました。

ワーカーとしての主婦や高齢者は一般的に弱者のイメージで語られがちですが、知的レベルは相当高く、社会的には未利用なだけにそれらの人材の活用は狙いめだと思います。その中にスタープレイヤーが一人でもいると企業にもアピール出来ますが、これはなかなか難しいと思います。一流とまでいかなくとも、出来れば一流半くらいで、さらに向上していく意欲を持った人材を揃えて企業側に提示していけたら、事業性の可能性も大いに高まると思います。

センターとしては15%のコーディネートフィーを企業側に支払ってもらうことにしたいということですが、15%というのは低すぎるでしょう。構想の段階では少なくとも30%位を考えておくべきだと思います。スタッフにグレードがあって、それに応じて15%~30%ということにしておくといいいのではないのでしょうか。センターが企業から仕事を引き受ける形である以上、何かあった場合はセンターの責任となるということを考えれば、当然のフィーと言えると思います。

例えばコンビニエンスストアのセブンイレブンの方式では45%も取っています。その代わり、店員や店主へのオペレーション教育も徹底的になされるということが行われてい

るわけです。それでも加入店は増え続けている、というのが現状です。もっとも、翻訳などは、センターが手を加えないで、そのまま納品ということであれば15%くらいでもよいでしょう。

次にデータベースへのアクセスの方法についてですが、データベースを作って電子的にアクセスするという点はともかくとして、これに類似の構想は今でも広く行われていますし、成功している所も多いです。大手の広告代理店などにしても営業だけを自社内でして、他は外部のスタッフが行っています。成功するか否かは、どこにニーズがあるかを見極め、類似の組織とどこで競争上の優位性を確立出来るか、という点にかかっていると思います。

大企業は下請けの構造が出来上がっているということもあるので、むしろターゲットを中小企業や、フリーランスで仕事をしている人達に絞ったほうがよいとも考えられると思います。その人達が何かプロジェクトをやりたいという時に協力出来るデータベースである方が、経営的には成り立つと思います。

内容的には、色々な領域のスタッフを抱えて、当面は総花的にするのも一つのやり方だとも思います。中堅中小企業がメインのターゲットならば、総合性が要求されるわけですから。中小企業ではスタッフを丸抱えするのはとても困難なことなので、専門分野に関しては外部に依存することになるわけです。

そのような場合、求人する中小企業の側にほしい人材を電子上で検索しろというのは難しいかもしれません。漠然と、こういうことをしたいからこういう人材を紹介してほしいというようにセンターに相談し、それにセンターが応じる形にすればずっと便利になるという点で、そうした方法がよいのではないかと思います。

また、発注者に人材の組み合わせまで考えることを要求すると、中小企業は拒絶反応を示す所もあるでしょう。大分普及したとはいえ、電子的にアクセスして、人材の持っているいく種類もの能力を組み合わせ、検索するのは、まだまだ簡単とは言えないというのが、実情だと思いますから。

パソコンネットに固執はしないで、パソコンネット以外にも、ファクスなどもツールとして組み合わせて考えていくべきだと考えます。情報の形が定まらない電話に比して、ファクスは情報整理してやり取りが出来るという利点があります。ファクスのもっと上手い利用の仕方を考えていくと面白いだろうと思います。

企業から電話で問い合わせがあればセンターで代理検索も入力も行うし、スタッフのチーム編成にも応じていく、また、高齢者や身障者などで操作が難しいという人にはセンターが代理入力をしていく、その場合は代行手数料を別途とるという形も考えたらいいでしょう。

ビジネスの仕組み作りについてですが、DTPや翻訳などローエンドの仕事なら、この

ネットを使えば仕事の仕上げまで問題ないでしょうが、コンサルティングなどハイエンドの仕事は、コーディネートも難しいだろうと思います。その種の仕事については、企業からのリクエストがはっきりしないことも多いでしょうから、コーディネート機能が高度でないと、ワーカーと企業とのつながりがうまく出来ないこともあるだろうと思います。

ビジネスとしてどちらが企業性が高いかといえば、むしろローエンドのものだと思います。ローエンドの仕事に関しては仕組みも簡単に出来ますし、サービスの内容もはっきりとしています。もちろん理念としてはハイエンドのものをやりたいだろうし、ローエンドのものは類似の業者も多く過当競争になってもあります。ですから、出来るだけハイエンドのものを目指しながら、当面はビジネスとして成立させるためにローエンドのものを着実にこなしていくことだと思います。

大切なのは、センターが需要を開拓し、その需要をどうコーディネートし、再解釈していくか、ということです。企業の狙いを的確に掴んだ仕事をしていく成果が、次の仕事を得るのにつながっていくということです。

コーディネーション力は、ワーカーの力を上手に引き出すことでもあります。企業から要求されることを、個々のワーカーが専門の力で連携し合いながら仕上げていく、そのためのコーディネーション力がセンターには問われると思います。

次に専門分野をどう特化するかということですが、中堅中小企業がかなり共通して要求してくる課題に絞っていく方法もあるでしょう。日本生産性本部にメンタルヘルス研究所がありますが、その分野のみに絞って成功した例と言えます。もし、ハイエンドの仕事を考えていくなら、絞りこまないと難しいだろうと思います。例えば、ユースウェアに絞りこみ、パソコンの使いこなし方を指導していくことも、一つの方法かもしれません。「パソコンが、ただの箱になっていませんか？」というような、キャッチフレーズで。

中小企業の経営者にとっては、最重要課題は、売上や利益、人手など目に見えるもの、それを外部の人材を使って解決していければ有難いわけですから。

中堅以下の企業には後継者不足の問題もあります。能力開発、人材開発の問題を机と電話でつないだ外部スタッフが解決してくれれば、歓迎されるでしょう。とくに地方の中堅企業では深刻な問題になっている所もありますから。

現在のオフィスをスリム化し、「貴社の事務管理コストを半分にします」というくらいの強力なアプローチで、人件費など経費全体をうかすためのコンサルティング活動をしていくのもよいだろうと思います。

技術開発の面でも、中小企業では自前の研究開発スタッフは多く抱えられないのが実情です。独自の技術者はせいぜい中心になる人くらいで他は社外のスタッフですませている、そんなところへ、大企業でレッドストックになって時間は沢山持っている研究者が加わって、成果を上げている例もあります。それらの技術者にとっても、帰宅後の時間や休日を

有効に使い、自身の力を発揮出来る場を得ているわけですから一石二鳥ということです。

ワーカーが、「自分はこういうことが出来る」と言っても、それがどれほどの商品価値があるものなのかは疑問です。社会的に評価されているような人でも、必ずしも商品価値があるとは言えません。

むしろ、センターでワーカーを教育研修して、商品価値のあるレベルまで育成していくことも、ビジネスとして大切なのではないかと考えます。企業から評価され、リピートオーダーのあるくらいまで高めるには、そのワーカーに応じたトレーニングが必要です。その場合には、トレーニングフィーを取ってもよいのではないかと思います。

最近では退職後のために社員を研修する企業さえありますが、企業内トレーニングでは思うようなことが出来ないでいます。そのような研修をセンターが『退職予定者のトレーニング請け負い』として打ち出してもビジネスになるのではないのでしょうか。

一般労組では似たようなことをしています。例えば、運転技能を向上させ再就職に活かしたいという希望者に、研修のための便宜を図り、再就職後に融資した金は回収する仕組みが出来ています。

そのままでも通用する人には、仕事の紹介・斡旋をして、能力のスキルアップをしたい人には能力開発事業をしていく、という2本立てでビジネスを展開していくことも可能だと思います。その場合、個々の能力を認定して、それに必要な教育・研修をしていくわけですが、それを全部自前でしていくのは難しいと思いますので、いろいろな機関とタイアップしていく形がよいのではないのでしょうか。

そこで、その場合の訓練の分野をどこに絞るか、が問題になってきます。「事務管理コストを半分にしてあげます」として、パシリティマネジメントに関連した訓練をしていくコース。「売上げを倍増させてあげます」として営業マンを育成するコース。後者の場合は、ネットワークを駆使して加入各社のニーズを上手くつなげる創造的な営業センスを育てることで可能になると思います。

大企業ではホワイトカラーで非エンジニアという人はこれからますます余剰になっていきます。中小企業ではそのような人材をほしくとも丸抱えは出来ないし、また大企業に長年いた人はプライドを捨てられないので、中小企業の要請に応じることも難しいという問題もあります。

大企業は専門分化して人を育てているので、役職を持っている人ほど、自分の専門以外には全く疎いということになります。その人達に不足している能力をスキルアップしていくことも、これからは必要になります。また、チームとして使うという方法もあります。

以上のように、色々なビジネスが考えられますが、漠然と色々な能力をスキルアップしますと言っても訴える力は弱いと思います。そこでセールスポイントをはっきりさせるこ

とが大切になってきます。

そこで、一番得意な分野を作ることですが、案外それは、先程お話したようにローエンドな分野だったりするものです。着目した時点ではローエンドでも、優秀なコーディネートをすれば、深く掘り下げていって金鉱を掘り当てることもあるわけです。ローエンドの仕事に付加価値を付けて、いかにハイエンドなところまで持っていけるか、そこが大切だと思います。

いきなりハイエンドな仕事を中心に据えようとしたら、スタッフを揃えるだけでも大変です。しかし、ローエンドに終始していたら、価格競争も激しい世界だけに、疲弊してしまいます。ローエンドをハイエンドなところまで、どう持っていくか、そこにビジネスの成功の鍵があるのではないのでしょうか。

ビジネスは『進行形』で構築していかないと、新しい情報や状況とぶつかりません。例えば、「名刺作りの単価を安くします」として、その名刺に付加価値をつけて名簿作りなど他のビジネスに活かすのも一方法です。またさらに、「名刺など必要ないビジネス方法もありますよ」と、次の段階に発想を展開していくことも可能です。頭で考えているだけでなく、まず実際にローエンドの仕事にきちんと対応していく中から、次の段階が見えてくるものだと思います。。

『セコム』という警備保障会社の発展の歴史は、それを如実に語っています。あるレコードレンタルの会社の発展の経過を見てもそれは言えます。雑誌を買おうとしたら、夜どこも開いていなかった。そこで自分で本屋を始め、便利さを売るためにレンタル制を始めた。それがチェーンに拡大していき、そのカード利用者の名簿が膨大なものとして別のビジネスになっていった。というように、常にその時点の状況を的確に把握し、ビジネスチャンスとしていくことが要求されると思います。

次に、アントレプレナーサポートの仕組みとして、このデータベースが有効ではないか、という点についてですが、PIサポート、インキュベーションの側面から考えれば、この企画がアントレプレナーサポートの仕組みになることもあり得ると思います。これからは、企業にとっても終身雇用制のままではいかないでしょう。アントレプレナーになることは、個人としても、厳しくとも自己実現の機会となるわけです。この仕組みの中でケーススタディをしながら、アントレプレナーとしてやっていくための芽を養成していけたらよいと思います。。それには、ローエンドの仕事から次第にハイエンドへともっていけるような創造的な教育が出来ればよいのだと思います。それが出来たら、日本の社会そのものが、会社本位性から、個人本位性に転換していくでしょう。

アメリカには、MITが中心になっているアントレプレナークラブがあります。毎週1回集まりパーティを開いていますが、その席上、ビジネスアイデアを持っている人、ベンチャーキャピタル、ビジネスサポートしたい人、営業したい人、とそれぞれが決まった色

のリボンを着けて意志表示することで、ビジネスが成立する仕組みになっています。このパーティではどんなローエンドの構想でもマーケットが立ち、ビジネスが走り出す、という仕組みなわけです。

アントレプレナーが成功しないのは、ビジネスアイデアだけで走ろうとするから資金が動かないので、日本の場合はまだまだ遅れた状況にあるということです。アントレプレナーサポートという視点から言えば、アメリカでのようにビジネスユニットとして成り立つためのファンクションを無理にでも集めてしまわなければなりません。個人的にやっている人はいますが、その機会にのれないアントレプレナーがあまりにも多いのが日本の実態です。

この構想には『青年の志』のようなものを感じるし、とても共感出来ます。大きな方向性を持ったうえで、最初の一步はまず、どこから入るか見極めた上で、ローエンドから入り、構造的に付加価値をつけながら仕事の内容を高めていくことが、ビジネスとして成立させる手段だろうと思います。

4. 4. 3 中小企業のニーズからみた在宅勤務者サポート・データベース

〈講演／意見聴取〉 大場泰博氏

●茨城総合研究所・専務

●著書：『日本型テレコミュニケーション
グへの挑戦—分散型オフィス実験に
見る現状と課題』『中小企業の人材
確保対策』

〔大場氏に対しての意見聴取も、データベース企画案を見てもらったうえで行われたものである。このデータベースのニーズについては、中小企業においては大いにあるだろう、との見解をまず示している。さらに、それがどういったニーズなのか、を可能性を含めて具体的な事例も挙げながら述べている。〕

このデータベースを考えるうえでの大きな問題点は、企業から仕事が継続的に来るだろうか？ということでしょう。

私が今まで中小や零細の企業を回って見てきた経験から、ここでは、どんな仕事が可能性和してあるかを考えてみたいと思います。

例えば、ワープロなどの入力や翻訳のような仕事については、50人以下の企業では自社内でまかなえるだけの人がいないというのが実情です。このデータベースで優秀な人材をすぐ使える、しかも安価で、ということならば、自社で人を雇い入れるよりはずっとありがたいわけで、仕事の可能性は大きいでしょう。しかし、その種の仕事は細かいものなので、きちんとした仕組みをつくって対処していかないと、細かさに流されて収益が上がらないということにもなりかねません。系統だて、組織だてしていく必要があります。

逆に50人以上の企業では、ワープロ入力などの技術者は当然抱えていますから、外部に発注する必要はないのです。しかし、もう一段レベルの高い仕事、例えばマーケティングリサーチなどなら、可能性としてあるのではないのでしょうか。とくにメーカーなどは自社製品の消費者対象のマーケティングリサーチをしたいという希望はあっても、安い価格では出来ないだろうという不安から、なかなか実行出来ないでいるのです。50万円程度でマーケティングリサーチが出来るとなれば、しかもこのデータベースが全国的にネット化されているとなれば、期待は大きいはずです。「この商品は関東地方では伸びないが、東北地方では要望が高い」とか、「このような改善点があれば、もっと消費者に喜ばれる」というような答えが出るのですから。このような内容は、実例をも交えたパンフをつくり、提示していくことが大切です。もちろんそこでは、時代の流れ、地域性、市場性な

どについて、提示する必要があると思います。

つまり、最終消費材に関するアンケート、リサーチ、さらにはサポートを、このデータベースを使ってやっていけると思うわけです。

例えば、日本酒などは、等級が廃止され、今後フリーなマーケットが形成されていく市場でしょう。地方の地酒メーカーにしてみれば、これからどう全国展開していくべきか、商品構成をどうしていくか、あるいは商品をどう展開していくか、等々考えているはずで、そのようなことをマーケティングリサーチしていったり、あるいは単にリサーチだけではなく、在宅勤務者のネットワークを使って企画まで作っていく、というようなこともしていけると思うのです。

あるいは企画、調査からさらに踏み込んで、ネットのなかで一種の販売組織まで組んでいく可能性もあります。全国ネットの在宅勤務者の口コミで、マーケティングキャンペーンを展開していくわけです。販売ネットというのはメーカーにとってはとても重要ですから、自分の会社の地酒がこのネットを通してこんなふうに売れていく、ということが分かれば、利用したい企業は多くなるでしょう。そのようなことは先例があるとさらに企業へのアピールもしやすくなりますから、まず、事例をつくり、具体的に営業活動をしていくべきではないかと思います。

このデータベースは、『ニフティサーブ』のような既存の商業データベースのネットとつなげたい、という話を聞きましたが、例えばニフティの営業サイドで、ニフティに入ればこのデータベースの利用も可能になりますよ、というようにニフティの付加価値にまでしていくことも出来るわけです。

参考になるかどうか分かりませんが、最近知った例にファクスを使った雇用情報支援システムというのがあります。現在、全国ネットでファクスを使い、当初からフランチャイズを考え、やっています。企業がお金を出して求人情報を登録し、職を探している人は、ファクスでその情報を取り出せるというものです。

この在宅勤務者サポート・データベースの中でも雇用情報支援システムといったものを考えてみると、まずは情報をフォーマットしておく必要があるわけです。クライアント企業から、電子メールかファクスで会社紹介のデータ（会社プロフィール）を寄せてもらい、それに対してきめ細やかな対応をしていくことが大切です。企業がどういう仕事のために、どういうワーカーを欲しているのかを知ったうえで、センターとしてはワーカーをコーディネートする。企業のシーズをつかんでの対処により、企業の要望にも沿えるし、場合によっては新規事業のスタートに関わる可能性も出てくる。さらに、ビジネスとしての幅が広がることにもなります。

企業の登録方法は、会員方式（継続方式）と単発方式の2本立てとしてはいかがでしょ

うか。継続の場合は年会費30～50万円程度とし、データベース上に常時企業の情報をストックし、ワーカーは随時それを見ることが出来るようにするという手もあります。継続的にワーカーを必要としている企業にはよい方法だと思われるのです。

単発方式で登録する企業は、週単位で料金を払い、その期間利用出来る形とします。料金設定は別途検討するとしても、新聞に求人広告を出すような感覚であると言えます。その間十分検索も出来るし、センターが検索の代行をしてもよい。こうしたことを考えると、就職斡旋の専門誌を出している企業とのネットも必要となるかも知れません。

あと、ワーカーの登録料は、ごく低額に押さえた方がよいと思います。あまり高く設定すると、ワーカーが集まらない。また斡旋料は、一律には決めない方がよいでしょう。ワープロ入力にしても、個々の能力に応じて異なるわけですから。契約成立ごとに各月収の30%程度を納めてもらう。そしてセンターとして、給与の授受や保険加入などワーカーの制度的保障をしっかりと行っていくことが大切だと思います。ワーカーからは金銭を取ることは出来ないから、企業から取れるようビジネスとしての仕組みをしっかりと作る必要があるでしょう。ローカルでUターン情報を流して、地域の中小企業をクライアントとして登録させ、必要人材を紹介するという方法もあると思います。

5. 最終企画案と事業化への方策

5. 1 在宅勤務者サポート・データベースの最終企画案

5. 1. 1 システムの基本コンセプトと特徴

(1) ワーカーの立場に立った自立共生型データベースシステム

前章までの経過を踏まえ、まず考え方としての出発点としたものは、本データベースが、あくまでも在宅勤務者側に立ち、個々人のワーカーの成長と利益を優先したデータベースシステムであるという点である。

ワーカー一人ひとりが、この在宅勤務者サポート・データベースに関わることで、満足感を得、継続して関わり続けるような仕組みづくりが最重要課題であったが、そうした課題に応えるためのデータベースの基本的なコンセプトをまずは以下に明確にする。

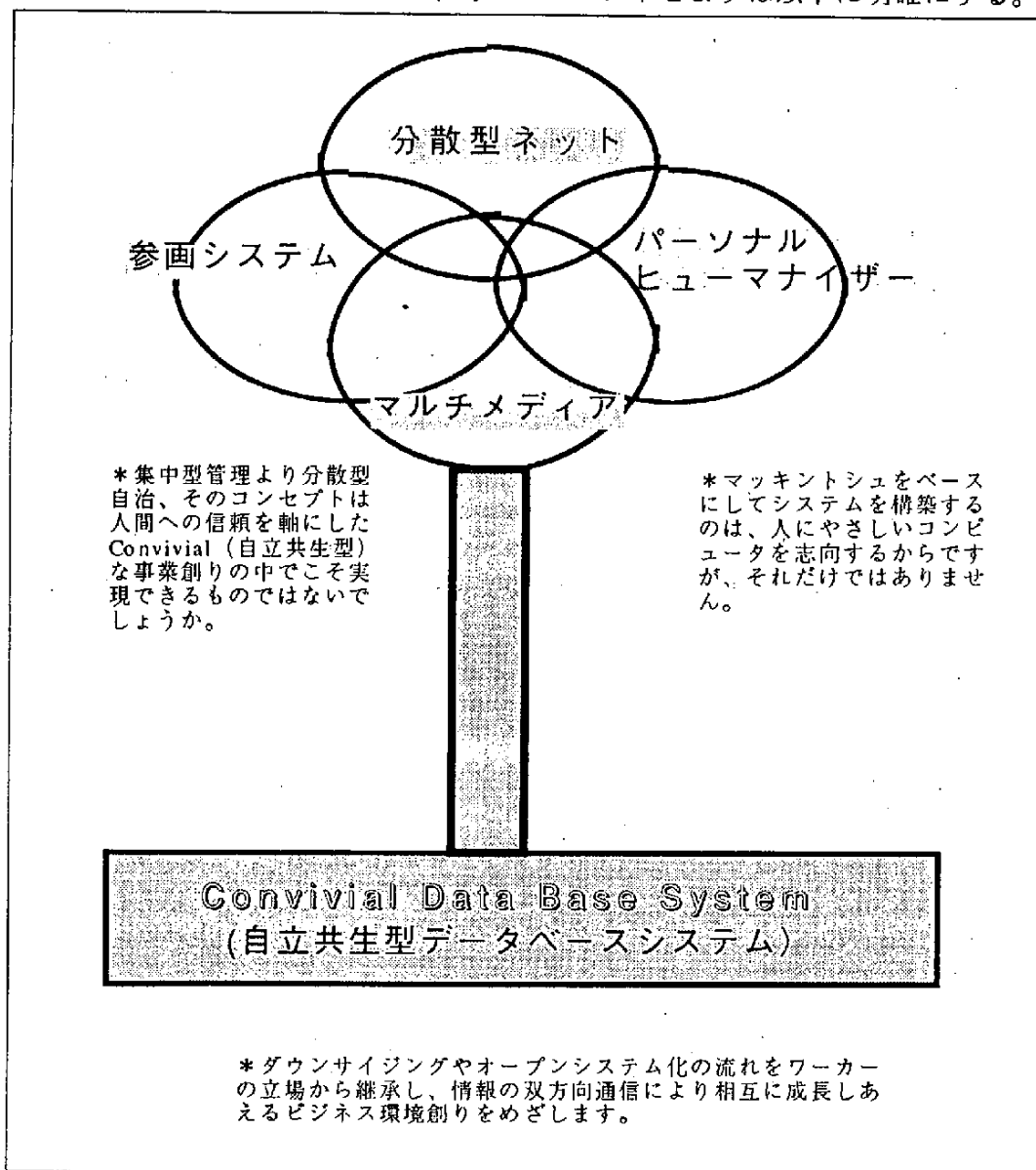
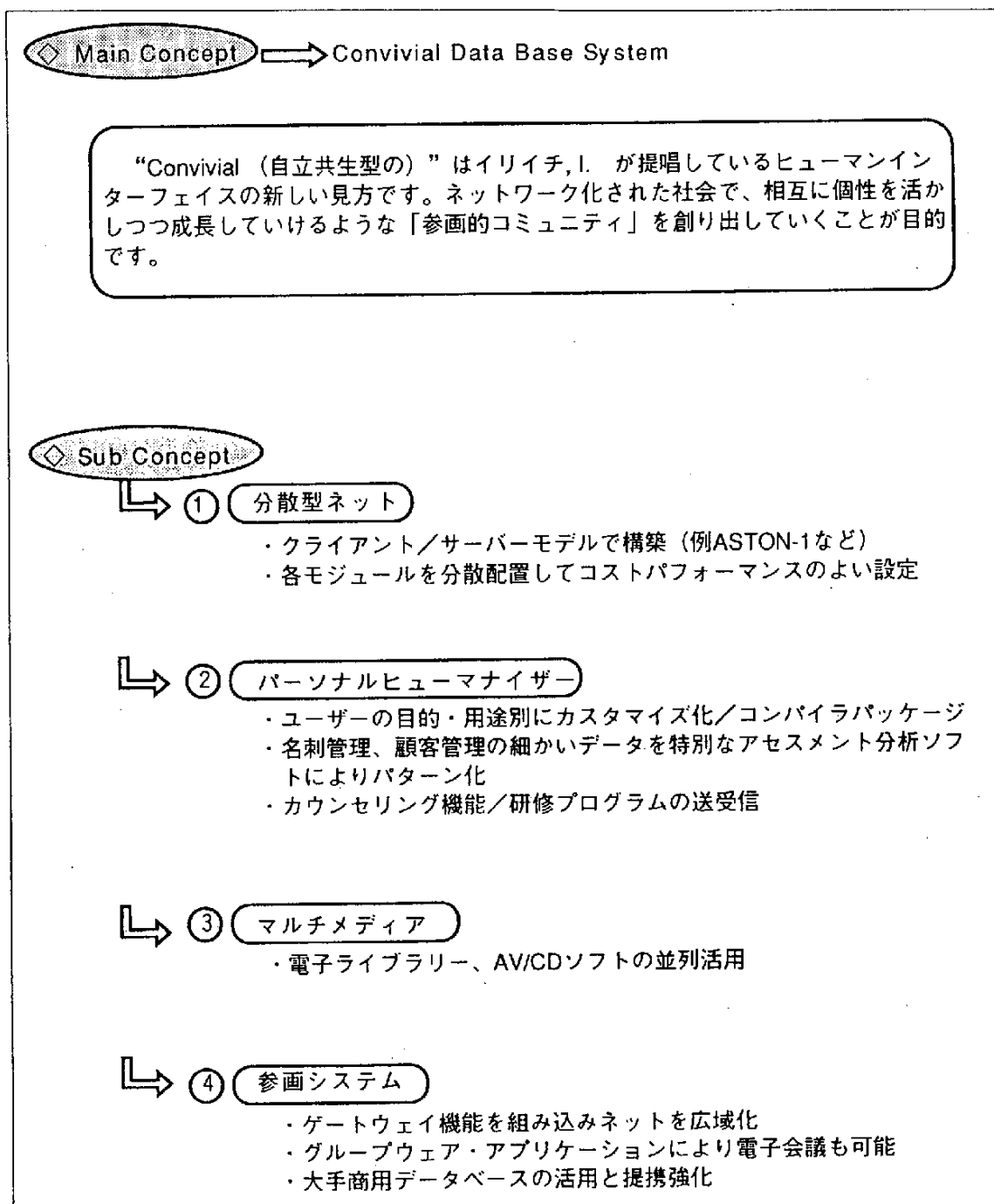


図5-1 システムの基本コンセプト(1)

図5-1「システムの基本コンセプト（１）」および表5-1「システムの基本コンセプト（２）」で示すように、ここで構想するデータベースシステムは、参画する個々人が相互に個性を活かしつつ成長していけるようなものとし、これを『Convivial Data Base System（自立共生型データベースシステム）』と呼称することとする。

表5-1 システムの基本コンセプト（２）



“Convivial”とは、イヴァン・イリイチが提唱しているヒューマンインターフェイスの新しい見方であるが、相互に触発しあい、成長し高め合って、一人ひとりが個性を活かした生き方を可能としているような状態を、この言葉で表現しようとしている。

(注1)

工業社会がもたらした巨大システムのなかでは、人間一人ひとりの個性が押し殺されるような状態が起こりうる可能性が高く、またそのなかでコンピュータは人間と人間との距離を大きくするようにも働くことがあるが、コンピュータをはじめとした道具を、人間と人間との間の距離を縮めるような道具としていくことが必要なのではないか、という発想が、この言葉には込められている。それを日本語で置き換えると、個人一人ひとりがそれぞれに自立し、かつ触発し合って共に成長していける、という意味で「自立共生」と訳されることが多い。

本データベースシステムも、そうした人間本意の仕組みとなることが、重要であるとの視点から、基本概念として『Convivial Data Base System (自立共生型データベースシステム)』を標榜することとした。

このような基本的考え方を成立させるための、より具体的なコンセプト(サブコンセプト)として、①分散型ネット、②パーソナルヒューマナイザー、③マルチメディア、④参画システム、という4つの考え方を示したが、これはデータベースを具体的に作り上げていく際の発想の原点とするものである。(個々の内容に関しては、表5-1を参照)

(注1)「コンヴィヴィアリティのための道具」

(イヴァン・イリイチ著、日本エディタースクール出版部、1989年)

(2) ユーザーにとっての4つの魅力

上記の発想を、データベースを利用するワーカーやあるいは企業等の各主体から見たときに、どのような魅力が感じられるのかという点を示したものが、表5-2「在宅勤務者サポート・データベースシステムの4つの魅力」である。

マルチメディアのデータベースとして、GUI(グラフィカルユーザーインターフェイス)環境やカスタマイズの多様性に優れていると同時に、セキュリティの面やダウンサイジングの傾向にも配慮した分散型データベースすることで、コストパフォーマンスにも優れたものとする。

またリレーショナル型データベースを採用することで、例えばワーカー個々人が成長していく様子が必要に応じて細かな履歴として蓄積されていくような仕組みを構築することが可能となる。ワーカーの能力や技量に対して、減点方式ではなく加点方式をとって対応

することが出来るようになるわけである。

また多人数がアクセス出来るマルチユーザーシステムを指向することで、グループウェア等のコラボレーション環境を整えることが可能となる。

表 5 - 2 在宅勤務者サポート・データベースシステムの 4 つの魅力

1	マルチメディアデータベース	
	GUI環境、カスタマイズの多様性が優れているだけではなく、画像、音声、グラフィックスデータを1つのソフトのうえで柔軟に活用できることです。	
2	分散型データベース	
	マッキントッシュのネットワーク機能を利用して、全国各地の提携センターにあるデータベースをあたかも1つのシステムであるかのように操作することができます。	
	これは、データのセキュリティ上からも安全であり、かつコストパフォーマンスに優れていると言えるものです。	
	センターでは、文字データ、画像データ、グラフィックスデータを別々のデータベース（MOやCDも含む）に保存します。	
3	リレーショナルデータベース	
	パーソナルな部分の重視、独自性の尊重、加算方式がヒューマナイザーとしてメディアを活かす指標でしょう。	
	そのためには、きめ細かな要求、条件、制約をデータの内容に応じて設定される必要があります。	
	しかも、それは煩わしい操作ではなく、簡単にやれるものでなくてはなりません。	
4	参画型データベース	
	1つのデータベースを多人数でアクセスできるマルチユーザーシステムのアプリケーションも作成できます。	
	グループで相談しあいながら同時に活用する場面であっても対応できるわけです。	

5. 1. 2 事業組織と全体システムの構成

(1) 事業組織の構造

図5-2「事業組織の構造」では、この在宅勤務者サポート・データベースに関わる各主体間の相互の関連性を示したが、前章までの検討段階に付加された部分は、①ファクスや電話等のサブシステムの積極的な活用、②センターの関連企業や商用データベース局等の外部組織との積極的なネットワークの構築とその活用、③ワーカー組織内におけるワーカーグループの存在の積極的な位置づけ、の3点である。

*センター、企業、ワーカー、商用データベース局、等の相互関係を示しています。センターの関連企業とは継続的な協力提携関係にある組織のこと。

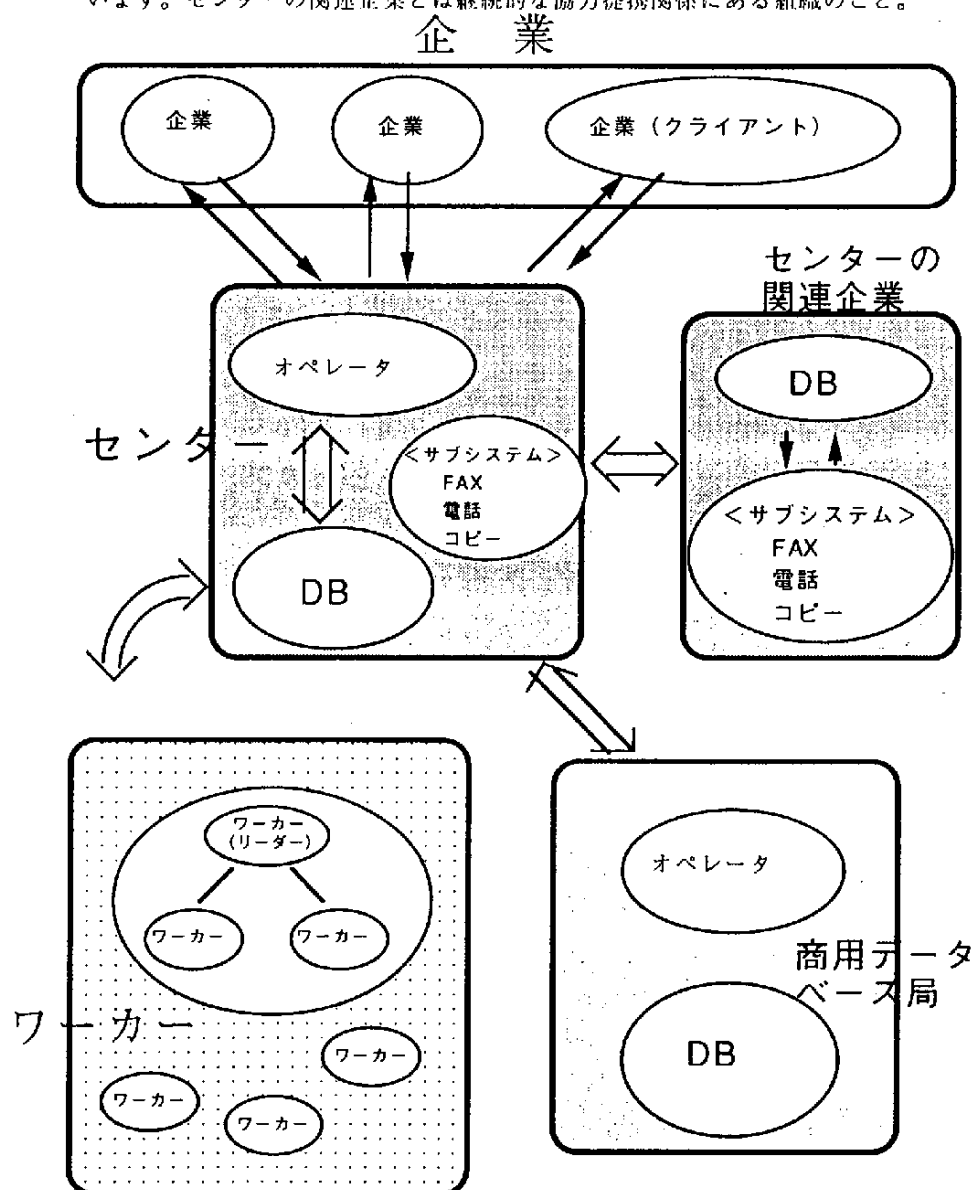


図5-2 事業組織の構造

①に関しては、アンケート集計の結果も踏まえ、現時点では、より多くの人に利用してもらえるような現実的路線を取ることが肝要ではないか、という方針の現れである。具体的には、ファクスや電話での問い合わせやコーディネート業務をむしろメインとして考えるくらいの発想をとり、その分センターのオペレータの負担は増えるが、現時点でのヒューマンインターフェイスは向上するという現実的な方針をとったということである。これによって、パソコン通信を使えないと、本データベースにアクセス出来ないというネックは解消することになる。

②は、この在宅勤務者サポート・データベースの価値を高めていくためにも、外部機関との連携をいま以上に構築していくことが必要であるという認識のもとに、新たに付加したものであるが、例えば商用データベース局としては、ニフティやPC-VANといった既存の商用電子ネットワークだけでなく、その他の諸々の商用ネットワークにもアクセス出来るような仕組みを考えている。

また、センター関連企業とは、今までの議論の中では（財）中央職業能力開発協会や任意団体の『参画メディアラボ』、『SAS』等があがっているが、それらはたまたま現時点で種々の人脈等から接点がある組織である。今後は、さらに広くネットワーク出来る機関を外に求めていくことを考えている。

③点目に関しては、検討部会のなかでも一部語られていたことであるが、ワーカーがインセンティブをもって、またマネジメント的にも非常に生産性が高くワーク出来る形態として、グループでのワークがある。グループのなかでのコミュニケーションが非常によくとれており、マネジメントフィーが少なくすみ、また仕事の効率もいい。こうした形態のメリットは、志木サテライトオフィスでの活動でも明らかなように、とくに近隣に住む主婦のグループ層で顕著であるが、こうした（コミュニティ型の）コラボレーションワーク形態は、単に主婦層だけではなく、他のワーカーグループにも応用出来るものと考えられる。

(2) データベースシステムとネットワーク構造

図5-3は、上記のような事業組織を成立させる、システムの構成を示したものである。センター（本部）側のホストコンピュータには、UNIXのワークステーションを配置してあるが、初期のシステム開発期（第1フェーズ）には、マッキントッシュの機種等でシステムを組むことをスケジュール的には考えている。（5.2 事業化への方策 参照）

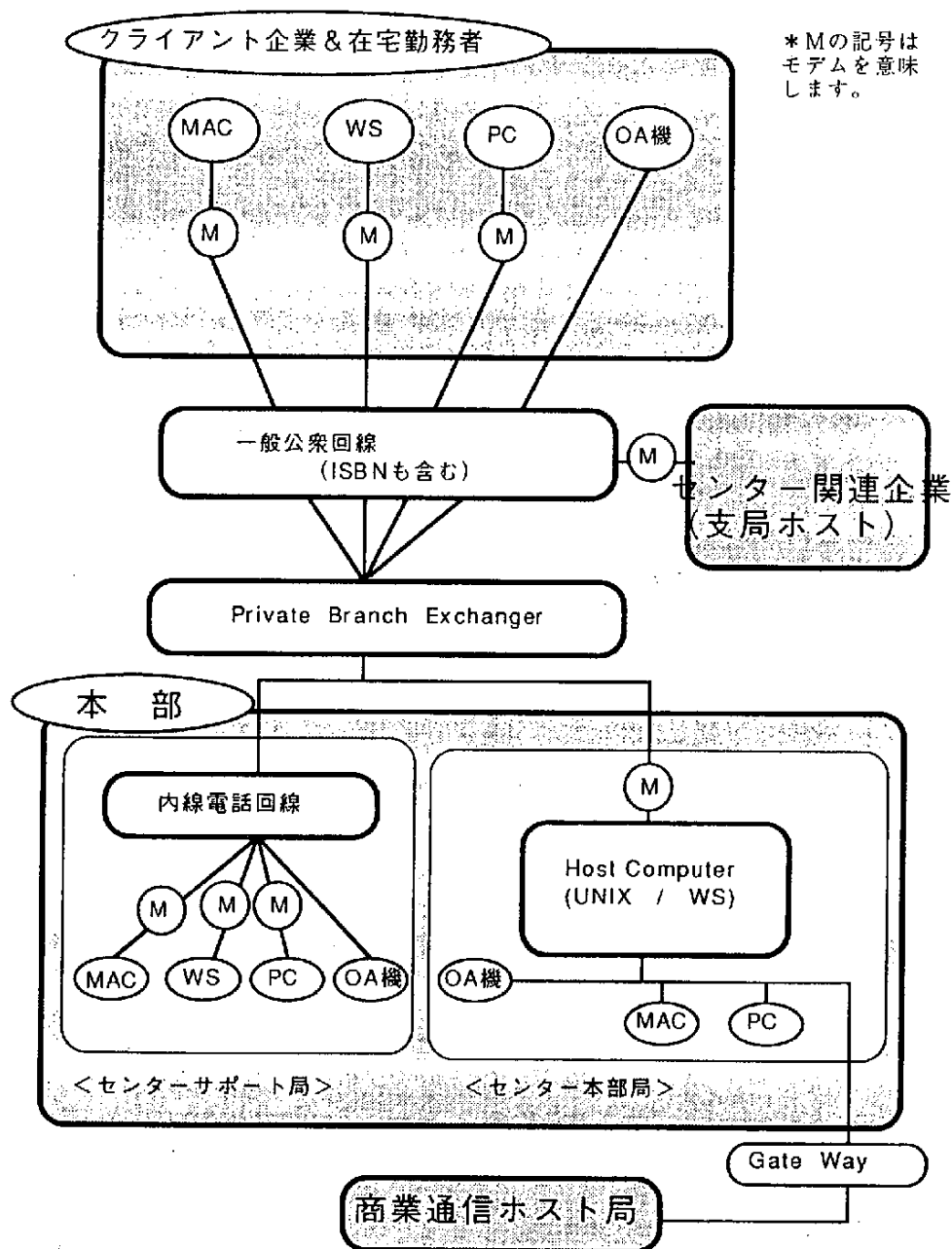


図5-3 DBシステムとネットワーキング構造

5. 1. 3 データ内容の分類体系

(1) データ内容と交流コーナー

データベースの基本的な部分をなすデータ内容に関しては、図5-4に示す「TEXT系」「画像系」「グラフィック系」という3つのデータ形式での蓄積を考えている。画像系の中には動画、静止画が含まれ、またグラフィック系にはスクリーンや表計算で代表されるようなグラフや図が含まれる。在宅勤務者が自らの作品を掲示（デモンストレーション）出来るような仕組みは出来ないか、という意見がアンケートの結果中にも見られたが、構想としては、当然マルチメディアのリレーショナルデータベースを考えることとする。通信を通じて、リアルタイムに検索等が行えないとしても、オペレータが介在し、またファクスや電話等の期存のメディアを多用するという発想のもとに、こうした仕組みが可能となる。

また、各データ部分は、＜雇用情報データ＞＜教育・研修データ＞＜ライフスタイル支援データ＞＜業務・管理データ＞＜研究・開発データ＞の5つのデータ部分から成る。中心となるのは、＜雇用情報データ＞と＜教育・研修データ＞であるが、他のデータもそれぞれ貴重なものである。

＜ライフスタイル支援データ＞は、ストレスマネジメントやOA機器の活用、サークル・イベント情報等を満載するが、これは『自立共生型データベース』にとっては、不可欠の要素であると思われる。

また＜業務・管理データ＞の中心となるのは、一種の「（コラボレーション）スケジューラ」であり、グループワークを行うときの、支援ツールとなるものである。

また、上記のようなデータ部分に併設して、登録者（会員）のSIGコーナー等から成る＜交流コーナー＞が開設される。ここでは、在宅勤務を続けていくうえでの様々な障害やまた一種の役立ち情報等に関するの電子上での会話が成されるが、そこで有益であった情報は、保存データとして主として＜ライフスタイル支援データ＞の方に組み入れられるようになる。

<交流コーナー>

- ① センター事務局からお知らせコーナー
- ② 会員SIGコーナー
- ③ 企業情報コーナー (電子メールで各メンバーが自由にアクセスして雇用情報のごく一部を知ることができる)

T E X T 系

<雇用情報データ>	<教育・研修データ>	<ライフスタイル 支援データ>	<業務・管理データ>	<研究・開発データ>
① 企業 ② ワーカー ③ 公団体	① セミナー・研修 プラン ② 各社試験・検定	① ストレスマネ ジメント ② OA機器活用 サークル・イ ベント情報 ③	① スケジュール ② 財務・経理 ③ 人事 ④ マーケティング ⑤ 顧客	① 書籍・新聞 ② 学会・論文 ③ 新規事業開発 ④ 特許

画 像 系

<雇用情報データ>	<教育・研修データ>	<ライフスタイル 支援データ>	<業務・管理データ>	<研究・開発データ>
① 企業 ② ワーカー ③ 公団体	① セミナー・研修 プラン ② 各社試験・検定	① ストレスマネ ジメント ② OA機器活用 サークル・イ ベント情報 ③	① スケジュール ② 財務・経理 ③ 人事 ④ マーケティング ⑤ 顧客	① 書籍・新聞 ② 学会・論文 ③ 新規事業開発 ④ 特許

グラフィック系

<雇用情報データ>	<教育・研修データ>	<ライフスタイル 支援データ>	<業務・管理データ>	<研究・開発データ>
① 企業 ② ワーカー ③ 公団体	① セミナー・研修 プラン ② 各社試験・検定	① ストレスマネ ジメント ② OA機器活用 サークル・イ ベント情報 ③	① スケジュール ② 財務・経理 ③ 人事 ④ マーケティング ⑤ 顧客	① 書籍・新聞 ② 学会・論文 ③ 新規事業開発 ④ 特許

図 5-4 データ内容の分類体系

(2) 雇用情報データと教育・研修データの概略

図5-5および表5-3は、＜雇用情報データ＞と＜教育・研修データ＞に関しての、概略を記したものである。

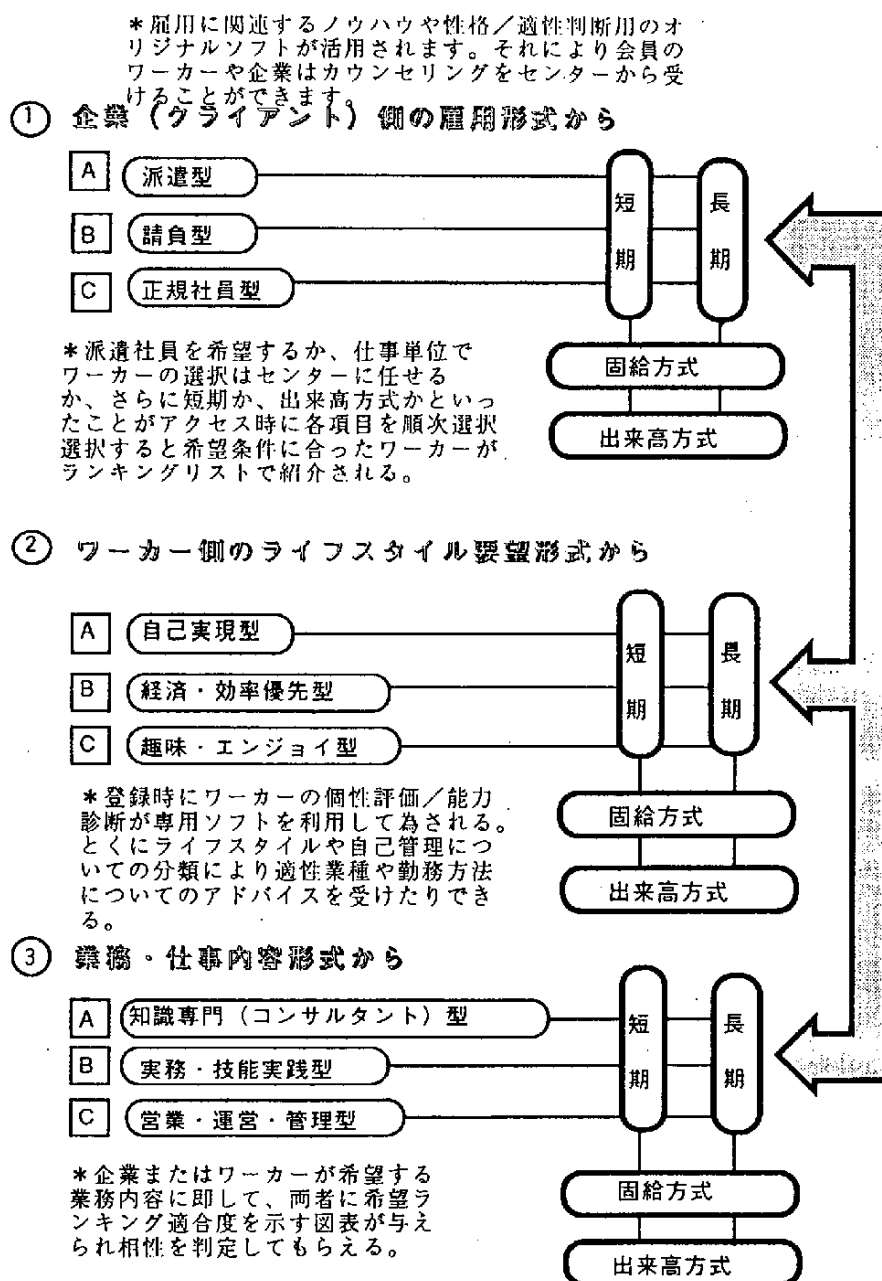


図5-5 雇用情報データ

図5-5「雇用情報データ」で、企業（クライアント）側の雇用形式から検索を行う際に、まず、A派遣型、B請負型、C正規社員型を選択するという事例が提示されているが、これは後述（5.2 事業化への方策）するように、在宅勤務者サポート・データベースは、もちろん在宅勤務者がメインターゲットではあるのだが、若干枠を広げたほうが、企業側、ワーカー側ともにメリットが大きいという観点から、今までの企画案とは差異化した箇所である。

また図5-6は、雇用情報を実際に検索する際の、画面設計の一部を示したものである。センター内のオペレータが操作するということも多いが、将来的にはリアルタイムオンライン検索が可能なところまでを構想しているわけであり、その意味でもヒューマンインターフェイスとしての画面デザインは重要な要素となる。

ピクチャーフィールドの属性決定

フィールド設定

企業名 事業種別 業務内容 給与形式 期間	↑ ↓	
--	---	--

データ入力

☒	入力可	
☐	選択項目	リスト
☐	指定項目	リスト
☐	除外項目	リスト

スクリプト
キャンセル
O K

図5-6 雇用情報支援システム（マクロ設計）

表5-3は、＜教育・研修データ＞の内容概略を示したものである。各種試験・検定制度の項には、私設検定試験部門というものが設けてあるが、これは、心理的側面検討部会等でも語られた「在宅勤務者サポート・データベース」独自の検定制度（例えば「マルチメディア検定制度等」）設立の可能性を示している。

また、在宅勤務者サポート・データベースから他の研修プログラムへ、ゲートウェイが出来るというネットワーク構造を前提としたものと考えている。

表5-3 教育・研修データ

① セミナー・研修スケジュール・種別紹介
A 職業能力開発・向上プログラム
B 自己管理・ストレスマネジメント
C 趣味・体力向上プログラム
② 各種試験・検定制度
A 公認検定試験部門
B 私設検定試験部門
C 研修用試験部門
③ 教材情報・講座・講師情報
A 教材内容・学習方法解説コーナー
B 講座講師からのメッセージ
C 受講者用からのメッセージコーナー

5. 2 事業化への方策

5. 2. 1 事業として成立させるためのアイデア

(1) 既存の商用電子ネットワークとの提携

検討部会でも再三課題として取り上げられ、またアンケート結果でも「継続して仕事があるのか？」という形で問題となった事柄であるが、ワーカーは多数集まったとしても、実際にそうしたワーカーに出せるだけの仕事量が確保出来るのか、ということがある。おそらく、この問題が在宅勤務者サポート・データベースにとって最も大きな問題の一つであると思われる。データベース提供側の本部センターが、営業マンを多数雇い入れてクライアント見込み企業に対して営業攻勢をかけるということも、おそらく経費的に採算がとれない。

そこで、一つのアイデアとして浮上しているのが、既存の大手電子商用ネットワークと提携し、相互にメリットがある形を追求するというものである。大手商用ネットワークでは、パソコン通信への加入者が属性的に偏っているということで、女性層や高齢者層、また、身障者層等に対しての会員獲得には熱心に取り組もうとしている。在宅勤務者サポート・データベースは、そうした層をワーカーとしての対象と考えているので、もし大手商用ネットワークの中に、在宅勤務者サポート・データベースが位置づけられれば、双方にとってメリットを追求出来るということが言えよう。例えば、商用ネットワークからゲートウェイで、在宅勤務者サポート・データベースにアクセス出来るというような仕組みが出来れば、そこから得られる双方のメリットは、以下のように整理出来る。

・商用ネットワーク側のメリット

ー今まで利用者ではなかった女性層、高齢者層、身障者層をはじめとして、あまりパソコン通信に興味を持っていなかった層にまで入会者を増やすことが出来る。

ーパソコン通信を通じて報酬を得られるような仕組みが出来たことによって、今までは主として趣味の領域のものとして認識されていたパソコン通信のとらえられ方が変わり、さらに入会者を増やすことが出来る。

ー企業に対して企業会員としての入会を営業する際に、在宅勤務者サポート・データベースを通じて、業務の安価な委託や人材の確保が容易になる、というメリットを強調することが出来、入会が誘いやすくなる。

・在宅勤務者サポート・データベース側のメリット

ー商用ネットワークの営業社員が、企業に対しての営業を行うことで、在宅勤務者サポート・データベースの仕組みのなかに、企業からの業務委託が発生しやすくなる。

ーワーカー層を、すでにパソコン通信に加入している人材をはじめとして、広範囲から集めることが出来る。

既存の商用ネットワークにとってのメリットは、一言で言えば、会員の新規獲得の目玉に出来るということであるが、それは女性層をはじめとした一般会員に限らず、企業会員にしても同様である。企業に対してネットワークへの入会を営業する際に「このネットワークの中には、在宅勤務者サポート・データベースというものがあり、それを使えば、翻訳や入力業務、また小規模のマーケティング調査等もすぐに安価に発注出来ます。」という“売り”が出来ることで、企業への営業がしやすくなるという点を指摘出来よう。

とくに、優秀な人材を必要としている中小企業等では、在宅勤務者サポート・データベースの利用の機会が多いと考えられる。そしてこのことは、とりもなおさず、在宅勤務者サポート・データベースの中に継続的に業務が流れやすくなるということを表してもいる。在宅勤務者サポート・データベース側が独自に営業の人材を雇用して委託される業務を集めてくることは、経費的にも当初は難しいと思われるので、商用ネットワーク側にもメリットがある形で、営業の人材を効率的に利用させていただくという発想である。

（２）業務委託の仕事が発生しやすい企業との提携

いかにして業務を継続的に、在宅勤務者サポート・データベースの中に流すかに関しては、前項のように既存の商用ネットワークと提携するということと同時に、中堅クラスの家賃勤務者向けの仕事を有している企業と連合を組んでいくという発想も考えられる。

具体的には、中堅クラス（あるいは大手クラス）の翻訳会社、データ入力会社、ソフトウェア会社等、すでに在宅勤務者を用いているような企業に話を持ちかけ、そうした企業に流れている業務の一部を在宅勤務者サポート・データベースに登録しているワーカーに流してもらうようにしたり、あるいはそれらの企業の業務拡大の一手段として、この在宅勤務者サポート・データベースを利用してもらうような形を取るのがあるのではないかと考えられる。

そうした性質の企業では、常に優秀なワーカーをさがしているものであるが、在宅勤務者サポート・データベースが、既存の大手商用データベースとつながったり、また効果的な広告等を打つことによって知名度が高まってくれば、それらの企業にも優秀なワーカーが集まりやすくなりメリットが大きい。

さらに、各参加企業がそれぞれのノウハウを、在宅勤務者サポート・データベースの中で教育として展開していくという形も考えられる。翻訳のノウハウを持つ企業は、この在

在宅勤務者サポート・データベースのなかで、翻訳者養成の講座を開けば、それ自体が一つのビジネスとなりうるわけである。そうした形で、参加企業を募っていくということが在宅勤務者サポート・データベースの基盤を安定したものとしていくことに寄与するであろう。

「在宅勤務」というキーワードのもとで、異業種の何社かが集い、互いにアライアンス（連携）していくなから、新たなビジネスの芽が生まれたり、また共同でメリットを追求するためのある種の組織（組合等）をつくるといった展開もありうるかもしれない。在宅勤務者サポート・データベースの名のもとで、「在宅勤務」に関わる中堅クラスの企業の連携を進めることが、各企業にとっても、また在宅勤務者サポート・データベース側にとっても、共にメリットが大きいと思われるのである。

（３）リクルート情報の提供や人材派遣業への領域拡大

在宅勤務者サポート・データベースに関心を持ち、ここに会費を払って登録をしてくれる企業がたくさんいることが、在宅勤務者サポート・データベースの発展にもつながるし、また経営的な基盤を安定させることにもつながる。

経済的側面検討部会等では、大企業よりも中小企業を対象とした展開の方がより効果的であるとの意見が出されたが、世の中小企業が何に最も力を注いでいるかと言えば、一つには売上の拡大、そしていま一つは優秀な人材の確保であろう。とくに後者の人材確保は大きな問題であり、中小企業の屋台骨にも関わるものであろう。

在宅勤務者サポート・データベースでは、基本的にはそうした中小企業へのサポートにしても、常勤の人材を斡旋するとか、あるいは人材を派遣するといったスタンスではなく、あくまでも中小企業から業務を受託するという請負制を前提として、話を進めてきた。

しかしながら現実的な中小企業のニーズに目を向けると、必ずしも請負制にのみ固執することが得策なのかどうかについては意見の分かれるところではないかと思われてくる。請負だけではなく、派遣ワーカーの斡旋やまた正規社員の紹介といったことにまで広げて考えるということが、より現実的であるかもしれない。登録を希望するワーカーの立場からみても、短期の勤務を希望するか長期を希望するか、固定給を望むか出来高方式かといった点に関しては多様なニーズが存在すると思われる。（中小）企業側としても、この在宅勤務者サポート・データベースが一つのリクルーティングの場と考えられるようになれば、定期的に求人情報を発信しようということにもなり、その分一種の広告出稿費のような形で在宅勤務者サポート・データベースにお金が落ちるという仕組みを作ることも可能になってくるのである。

派遣や人材紹介をする際には、当然資格を取得することが必要となり、また正規社員の紹介まで行うようになっては、在宅勤務者のサポートという大命題から逸脱してしまうの

ではないか、という懸念もあろうが、ここでは実際にこのデータベースを頻繁に利用するワーカーや中小企業のニーズをもとにして発想し、あえて枠を広げることの方が得策であると現在は考えるに至っている。（そうした意図で、図版を起こしたものが図5-5雇用情報データ、である。）

実際、全国のいくつかの地域で、リクルート情報を、リアルタイムに近い形で、パソコン通信等を用いてワーカー（就業希望者）に提供するというビジネスの形態が徐々に成立しつつある。電話で問い合わせることが出来、必要な情報はファクスで流すという形態も一般化しつつあるという。そうした電話、ファクス等の既存のメディアも大いに活用した形で、在宅勤務者サポート・データベースの枠を幾分大きくすることが事業として成立させるための大きなファクターとなるかもしれない。

（4）本部センター主導の新規ビジネスづくり-1 地域密着型ハイタッチサービス

以下に、在宅勤務者サポート・データベースという仕組みを使っの新しい新規ビジネスの展開をいくつか検討してみたい。これらは在宅勤務者サポート・データベースを運営する本部センターが主導してビジネスとして成立させていくようにするものである。

まず一つめは、在宅勤務者を「地域型の販売員」として機能するように仕組んでいくという発想である。販売員と言っても、それは従来の発想での販売員ではなく、きめ細かに家庭を訪問し、その家庭のニーズにあった商品を紹介していく、という形での販売員である。

一例として、幼児教育用の教材を販売する販売員を想定してみる。彼女は幼児教育に対しての関心が深く自らも2人の子どもを育て上げた体験がある。また保母の資格も持つ。そうした人材が、研修を受けた後に、地域で300名程の顧客を担当し、月の内の10日はリストに従った電話（テレマーケティング活動）、次の10日は訪問活動というような業務を行う。彼女は、家庭を訪問する際には、教材を売するという発想ではなく、母親の不安や悩み、感じていること等を伺し聞いてくるという役割を自覚して業務にあたる。こうした活動は地域の中で、きめ細かくやる必要があるわけで、その意味で従来型の単なる販売員とは異なったものとなる必要がある。幼児教育の場合には、一面お母さん教育である、とも言われるようにお母さんに対しての取り組みが重要になるわけだが、システムとしてカウンセリングやお母さんセミナーを開催するなどのサポートサービスがしっかりとしている必要がある。

本部としては、そうしたシステムの開発やツールの作成を行うことを主とする。こうした発想は、在宅勤務者を必ずしも家の中だけで作業すると厳密に場所を規定せずに、家および近隣地域、というように若干枠を広げたものとして発想しているからこそ成立するアイデアである。

こうした発想は、なにも幼児教室に限らず他の物販にも適用出来ると思われる。本部センターは、これはと思われる商品をさがし出してきて、この在宅勤務者サポート・データベースに乗せればいい、という形となるわけである。

（５）本部センター主導の新規ビジネスづくり－２

新規事業支援グループ（ネットワークシンクタンク）による事業インキュベート

本部センターで中心的な役割を担って、一種のネットワーク型シンクタンクを設けるという発想もありうる。ネットワーク型シンクタンクでは、いわゆる通常のシンクタンク業務を受託して行えるが、そのなかの一例として、インキュベーションサポートの事業を行うというパターンをここでは取り上げている。図５－７には、そうした業務を行う際の一連の業務の流れを図化したわけだが、在宅勤務者と言っても在宅のシンクタンカー達がこうした一連の業務のなかで関われるという形になっている。

個人企業家を支援していくことも重要な課題です。そのために提案型マーケティングや協同開発の受発注をセンター社員が中心になって行ないます。依頼／報告のコミュニケーション過程は電子メール等が活用されるため電話のアイコンが付けられています。

下記左列の枠組みはセンター側が実行する内容を示しています。

下記右列は公衆回線を活用して活動するワーカー側の仕事内容とその報酬の授受を示しています。

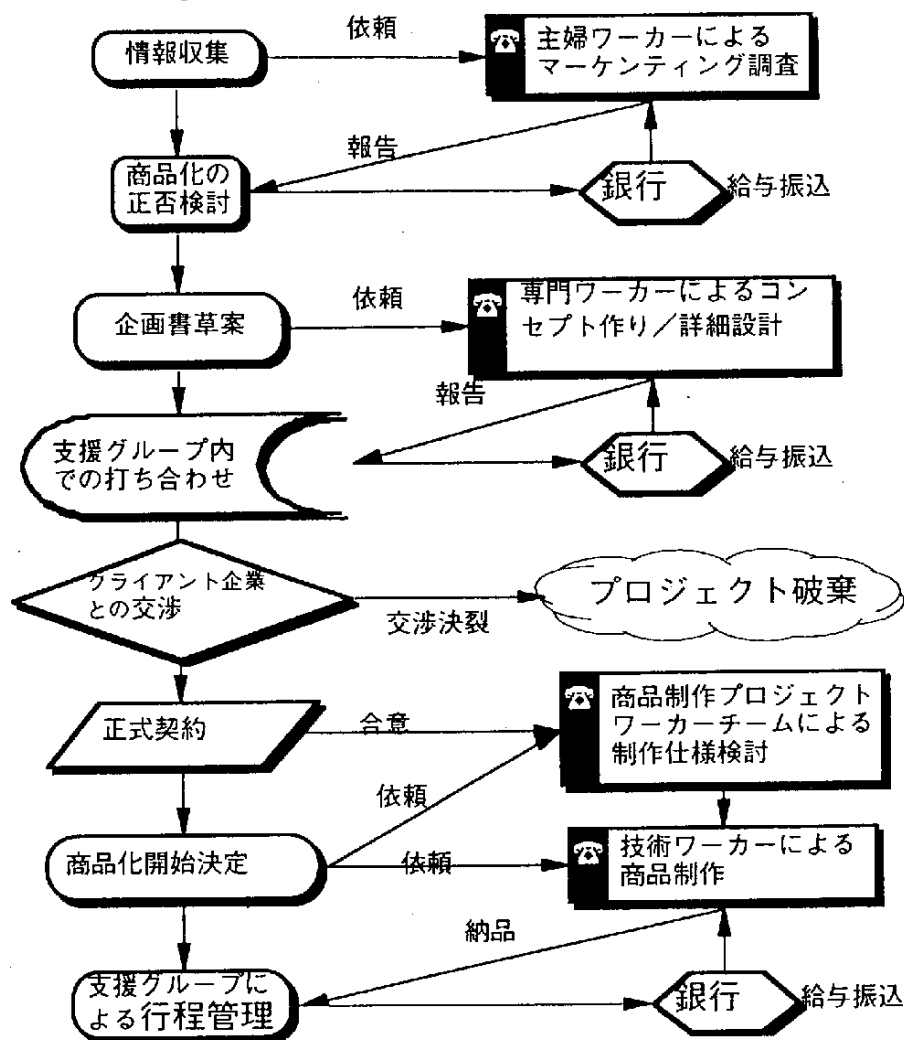


図 5 - 7 インキュベーションサポート事業例

(6) 日本サテライトオフィス協会等とのタイアップ

在宅勤務者サポート・データベースが、一極集中に対しての一つの有効な解決策になるであろうことは、以前にも述べたが、一極集中の是正とオフィスの分散型配置を社団法人として進めているのが、日本サテライトオフィス協会である。この協会は、すでに発足して2年程になるが、この5月(93年春)には社団法人として新たな出発を切ることになっている。こうした半公的な機関がこの在宅勤務者サポート・データベースを一つの事業としての位置づけを行うという可能性もある。もしもそうした話になれば、公的な意味合いを帯びることになるので、業績をあげて、大きく儲けるといった発想はなくなってしまうが、その分、より公共の利益を考えて戦略を立てられるというメリットがある。一つの可能性としてあげておくこととする。

5. 2. 2 事業化へのスケジュール

事業化へのスケジュールとしては、第1フェーズ、第2フェーズ、第3フェーズという形で、3つの段階を考えている。それぞれ、93年度、94年度、95年度という形で仮に考えているが、第1フェーズが、システム開発期と位置づけ、データベースのプロトタイプの作成かた実験の導入までを行うこととした。第2フェーズではネットワークの拡大期として、協賛企業の公募やまたシステム自体もユニックスマシンにレベルアップを図る等の形を考えており、地域ネットワークの拡大期と位置づけている。第3フェーズでは、世界的な規模への展開と、新しい組織形態を発足させることを考えており、これは利潤還元期とした。

図5-8には、人件費を除いた最低限の必要経費を算出した。会員数に関しては、第1フェーズは800名だが、第3フェーズでは、1万名にまで持っていくことが課題である。

(志木サテライトオフィスのリソースを有効利用した場合)

	第1フェーズ (システム開発期) '93.4	第2フェーズ (地域ネット拡大期) '94.4	第3フェーズ (利潤還元期) '95.4 '96.4
事業計画内容	8月 12月 4th DIM 設計期 プロトタイプ 作成期 実験 導入期	8月 12月 協賛企業の 公募 UNIX/WS 移行 センター局員 の拡充	6月 新規組織発足 商用ネットとの共 同事業&世界的な ネットの拡大
必要経費	DBソフト 4th DIM 他 60万 DBハード MAC FX/ci 200万 ハードディスク モデム FAX配送機 オペレータ人件費 (1人) 1万人/1日×200日=200万 システム開発費・メンテ 250万 通信費等 5万/1ヶ月×12=60万 計 770万	DBソフト (ATOSON-1) 350万 DBハード (UNIX/WS) 250万 FAX配送機 50万 オペレータ人件費 (3人) 200万×3人=600万 システム開発費・メンテ 250万 通信費等 20万/1ヶ月×12=240万 計 1,740万	ソフト系 1,000万 ハード系 2,500万 人件費/メンテ 1,500万 通信費等 1,000万 計 6,000万
組織	志木サテライト+公共事業団	志木サテライト+公共事業団 協賛企業	社団or新規事業団企業
会員	800名	3,000名	10,000名

*事業化を大きく2つに分割すれば、2年後までを実験的な事業期、それ以後を本格的なビジネス拡大期と分けられます。上記の例はさらに最初の時期をシステム開発期として3つのフェーズに分割しています。

図5-8 事業化へのスケジュール

—— 著作権無氏名 ——

平成 5 年 3 月 発行

発行 財団法人 データベース振興センター
東京都港区浜松町二丁目 4 番 1 号
世界貿易センタービル 7 階
TEL 03-3459-8581

委託先 株式会社 志木サテライトオフィス・
ビジネスセンター
埼玉県志木市館 2-5-2 鹿島ビル 4 階
TEL 048-476-4600

印刷所 株式会社 ホクシン印刷
神奈川県川崎市中原区木月住吉町 1885
TEL 044-433-3251

