

## SOHOビジネスの適性分析に関する調査研究

1 S - 2

## —アンケートデータの解析による適性因子の抽出—

定平 誠、華山 宣胤

尚美学園短期大学

## 1. はじめに

本研究では、SOHOビジネスを営む人々（以下SOHOワーカーと呼ぶ）に対するアンケートデータの解析から、SOHOビジネスへの適性の有無を判別する因子を抽出する。

近年、情報・通信システムの進展により、SOHOによるテレワークのあり方に強い関心が寄せられている。通勤における時間的コスト、精神的コストの削減、フレキシブルなワークスタイルの適用など、SOHOに期待されるものは大きい。特に、最近では接続代行業（プロバイダ）を利用した電話回線によるインターネット接続の一般家庭への普及により、HO（ホームオフィス）を牙城としたベンチャービジネスが注目を集めている。

SOHOによるベンチャービジネスには期待されるものが大きいですが、一方では、実際に活用する段階で失敗する例が少なくない。例えば、ただ単に情報・通信システム環境だけを自宅に完備し、実際に仕事を受注する手段がないために、ビジネスとして成立せず、撤退を余儀なくされるケースや、仕事の締め切りを厳守することができないため発注者の信頼を得ることができず、仕事を継続できないケースが多いようである。

このようなSOHOビジネスの失敗の要因は、一口に「営業能力の欠如」や「仕事に対する考えの甘さ」という言葉で説明されてきた。つまり、営業能力を持たない人間や、仕事を第1にできない人間は一般のビジネスと同様にSOHOビジネスにも向いていないという考え方である。しかし、多様化するSOHOビジネスではこれらの条件を満たしていな

くても、個人の資質やSOHOワーカー同志のネットワークを生かして十分にビジネスを成功させている例も少なくない。

そこで本研究では、SOHOワーカーに対するアンケート調査データの解析から、SOHOビジネスを成功に導く要因（営業能力や仕事を第1にすることを含む）を明らかにする。

## 2. SOHOワーカーへのアンケート調査

調査は、東京および千葉にオフィスを構えるSOHOワーカーが主催するネットワーク団体（3団体）について行った。調査表は一部を除いてインターネットを通じて会員に送信、回収された。3団体に登録しているSOHOワーカーの総数は2000人あまりに上るが、各団体の代表によれば、その中で積極的にネットワークでの活動に参加している人数は1/10程度とのことである。実際、回収されたサンプル数は134であった。134のサンプルの中で、収入に関する質問項目に未回答であったものと、多数の質問項目について未回答が多かったものを取り除き、残った100サンプルを解析用データとした。

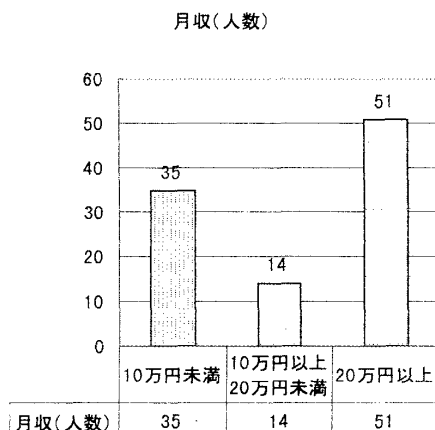
## 3. 成功/失敗を判断する目的指標

SOHOビジネスへの適性を見る際の目的指標として月収を使用した。年収でなく月収としたのは、SOHO暦が1年に満たないワーカーも調査対象としたためである。ただし、対面でないインターネットを用いたアンケートで正確な収入を調査するのは難しく、収入に関する質問項目では3つの選択肢：①月収10万円未満、②10万円以上20万円未満、③20万円以上、の形をとった。

一般に収入の分布は対数正規分布に従うと考えられている。しかし、今回の調査の結果は（図1参照）対数正規分布ではなく、2峰を持った分布であることをうかがわせる。実際、調査に協力していただいた団体の代表者の話しでも、収入はかなり多いグループと小遣い程度のグループに別れているとのこと

である。このことから、ビジネスの成功と失敗を分ける指標としては、「収入の多いグループと小遣い程度のグループのどちらに属するか」を表わすカテゴリデータを指標として用いるべきであることがわかる。

図表1. 月収に関する度数分布



上表からわかるように、月収20万円以上(51人)と未満(49人)がほぼ同数である。そこで今回の解析では、収入について「月収20万円以上」を成功グループ、「月収20万円未満」を失敗グループとした。

#### 4. 説明項目

収入を説明するための項目としては、

- ①現在の仕事に求められる能力、資質
- ②仕事受注の現状
- ③仕事場の環境、作業時間
- ④仕事に対する嗜好
- ⑤将来の希望

に関する合計50の質問項目を用いる。各質問の回答の数量化は、例えば「受注した仕事にはデザインのセンスが要求される」に対して、「全くそのとおりである」ならば5、「大体そのとおりである」ならば4、「どちらとも言えない」ならば3、「そのとおりではない」ならば2、「絶対にそうではない」ならば1を対応させた。

#### 5. 判別分析

月収の多少によってサンプルを2つのグループに分け、前節に紹介した説明項目を用いた判別分析を行った。判別の際のサンプルの距離にはマハラノビスの凡距離を用いた。この場合、得られる判別関数

は被説明変数をグループ1の場合に1、グループ2の場合に-1を対応させた回帰分析の結果と一致する。そこで、回帰分析におけるモデル選択(F値基準=3)を行い以下の結果を得た。

判別関数式	目的変数	月収
	判別係数	F値
仕事を受注するために技術・知識を得るための人脈が必要とされる。	0.94	10.41
発注者との対面打ち合わせが重要である。	-0.86	11.85
仕事を専業でやるための独立したスペースを持っている。	-0.57	10.87
仕事よりやりがいのある趣味を持っている。	0.68	7.71
アイデアを生かした仕事に自信がある。	-0.64	5.17
今後もマイペースで好きな仕事を1人でやりたい。	0.42	3.12
定数項	-0.39	

【判別クロス表】

判別された群	実際の群		全体
	20万以上	20万未満	
20万以上	40	7	47
20万未満	11	42	53
全体	51	49	100

【精度】

判別的中率(%)	82.00
誤判別の確率(%)	21.17
マハラノビス平方距離	2.56
相関比	0.40

#### 6. 結論

この結果、SOHOビジネスにおける収入のプラス要因は、「発注者との対面打ち合わせが重要である」、「アイデアを生かした仕事に自信がある」、「仕事を専業でやるための独立したスペースを持っている」であることが判明した。よって、SOHOビジネスを成功させるためには、対面コミュニケーションの必要性、クリエイティブな作業、作業スペースの確保が重要であると言える。

また、マイナス要因は、「仕事を受注するために技術・知識を得るための人脈が必要である」、「仕事よりやりがいのある趣味を持っている」、「マイペースで好きな仕事を一人でしたい」であることが判明した。つまり、自分でスキルアップしていける能力、仕事優先の生活環境、クライアントの要求に柔軟かつ弾力的な対応がここには求められることがわかる。