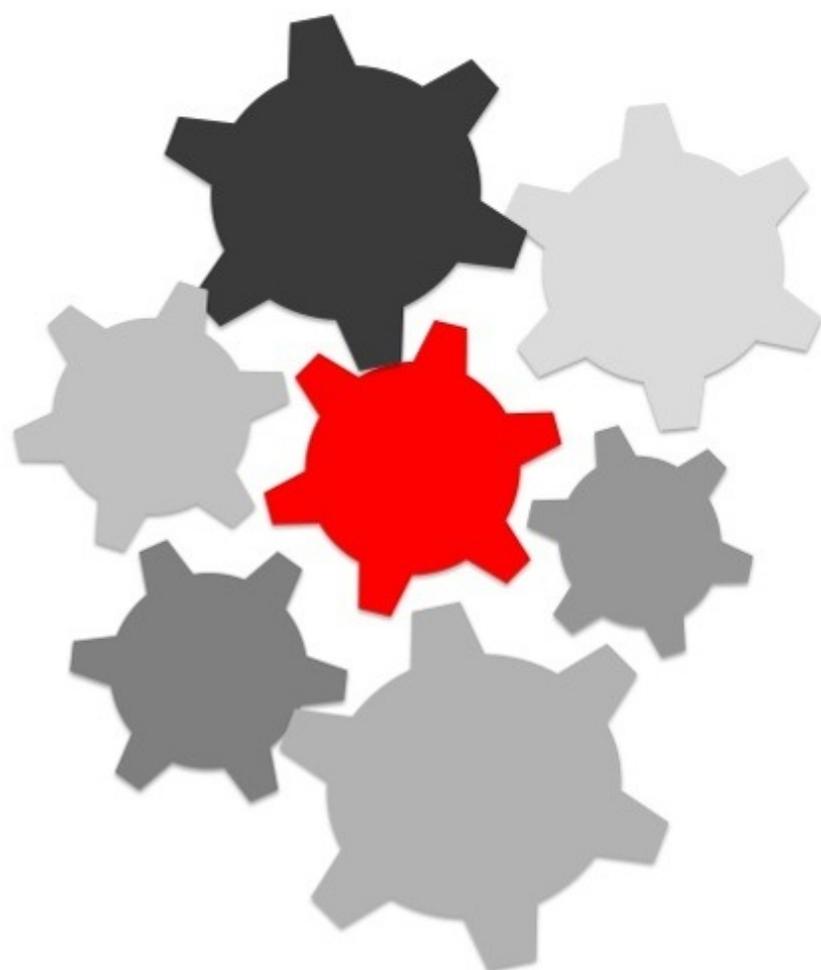


# ニッチ産業の中のリッチビジネス

- 内職ビジネスの紹介 -



## 内職業の実態

---

皆さまこんにちは！

さっそくではありますが、ニッチ産業のひとつである内職という業態についてお伝えいたします。

ここでは内職業を平成4年から営んで今では全国に内職業者を増やしている株式会社内職市場の代表に内職業の実態についてコメントをもらいました。

実際の現場環境の実態はどのようなものでしょうか？

代表：

皆さまこんにちは！

私は内職業という業種業態に魅せられて、この内職業を現代社会に広く広めていきたいと考えております。

では、なぜこの時代に？って思う方もたくさんいらっしゃると思いますが、私はこの時代だからこそ内職業だと思っています。内職業を始めるきっかけは、『内職を始めたきっかけ』を読んでいたいただければ幸いです。

さて、さっそくではありますが、現状の内職業についてご説明させていただきます。

まずは、内職というキーワードを調べてみると厚生労働省の定義によると

『主婦や高齢者などの世帯主以外の家族が、家計補助のために家事の合間に家内労働に従事すること』

とあります。

その労働内容は、電子基板やハンダ付けや工業製品のバリ取り、封筒作り、造花作り、袋詰め、シール張りなどと多彩であり。主に製造業や物流業の手作業工程を担い、日本の高度経済成長期に頂点にあたる1970年代前半には内職従事者数は164万人とピークを迎えたとされています。

そして内職の歴史を振り返ると、江戸時代に傘張りや提灯張りをする浪人や下級武士の姿。その次の時代では裸電球の下で造花作りやハンダ付け作業などを行う貧しい家庭の主婦の姿などを誰もが思い浮かべると思います。

まさしく国民の大半は方はそう思い浮かべると思います。作業内容は違っても貧しい方が内職作業を行っていると思っていると考えられますが、実際はというと・・・・・・・・

実際は貧しい方が内職作業を行っているという時代ではなく、育児中で外で働きたくとも働ける環境ではない方や自分のライフスタイルがしっかりされていて、その中で空き時間を有効に使うと考えている方や、OL時代にバリバリ仕事をされていたけど、結婚や出産にて会社を退職さ

れて社会からの疎外感を感じるから内職をされている方、定年退職をされたがまだまだ元気な高齢者の方などと実際に内職作業を行っている方達は昔のように貧乏（貧困）だから内職を行っている方はほぼいないが現状です。

よって、世間の方が思い描く内職を実際に行っている方達のイメージと実際に内職作業を行っている方達とは大きな違いがでております。

よって、弊社で内職作業を行っていただいている内職さん達は暗いイメージはなく、明るく元気でパワフルな方が多く  
さまざまな分野でスキルをお持ちの方が多いの現状です。

単純な軽作業（手の作業）～作業工程の複雑な作業、クオリティーの求められる作業、部材の重い作業からかさ張る作業も含めて、かなり幅広い範囲の作業を行っております。

しかし、世間の内職というイメージが根強いために作業を発注される企業側の方達も内職で出来る作業を狭い範囲で捉えられています。

内職というキーワードを聞いて思い描くイメージと実際の内職さん達のパワーがミスマッチしているのが、現状だと思いますね。

厚生労働省が『平成22年家内労働概況調査』、総務省が『平成18年事業所・企業統計調査』を行っております。

調査企業数**381,948**社の中で、内職活用している事業所数や内職活用している事業所の業種を調べてたところ、

内職活用事業所数＝9,673社（2，5％）となっております。

その9,673社（2，5％）の内訳業種の第1位は紙・紙加工製造業から始まってほぼ製造業であります。

GDPは今や21.1%しかありません。しかし、内職はこの21.1%のマーケットが主体になっているわけです。

またはこの21.1%にしがみついているのが内職業者とも言えます。

年々、減少していくGDPを主なマーケットとしてとらえるとどうしても同業者の単価競争になってしまいます。

同業者同士でお互いがお互いの首を絞めあう結果となります。

その競争に勝ち抜くには経費削減しかありません。そしてその経費削減が実際に作業を行って

ただける内職さんへの単価へスライドされ内職単価が下落していく負のスパイラルへと入っていきます。また、スタッフ人件費や社内研修費・販促広告費などもってのほかで将来に向けての経費など掛けられるわけがないのです。よって事業継承も難しい業態なので、一代で事業が終わってしまいます。

企業化とか組織化などと進化するよりも家内稼業であったり、零細企業止まりが良いところです。

家内稼業から零細企業へと進んでいく内職業者は次へ物流業者へと変化していくために、いつまでたっても内職業者は家内稼業or零細企業止まりですね。

販促広告費もかけることの出来ない内職業の実態が世間に知れ渡らない理由です。

ところが弊社の取引企業（お客様）は製造業より他の業種の企業様が多いわけです。それは内職さん達の労働意欲やスキル、そして感性（女性）をフル活用させていただいているからです。

いままでは内職では無理だとか、内職で出来るとは想定していない作業を弊社は内職作業と捉えているために、業種業態を選ばずにどんな業種業界とも取引を推し進めています。

内職という実態はイメージは昔のまま。しかし、現場は確実に進化しようとしています。

進化とは、製造業の物作りを捨てるのではなく、製造業の物作りもあるの中でその他の業種業界への進出も勧めているのが実態だと思います。

ありがとうございました。

昔からある内職ですが、何やら静かではありますが、確実に進化していったように思えますね。

内職作業という概念的な垣根を取っ払う未来内職的なものを(株)内職市場さんは目指しておられるようでした。

しかし、世間の概念を変えていくことは多大なるパワーが必要だと思います。

頑張ってくださいと思います。

読んでいただいた皆様に何らかの参考になれば幸いです。

最後まで読んでいただき、ありがとうございました。

内職市場 <http://www.naisyoku-ichiba.co.jp>

