

令和4年度新産業集積創出基盤構築支援事業 (地域外高度人材誘致手法分析・広報事業)

調査報告書

2023年3月
株式会社みらいワークス

■ 調査概要

◆ 調査目的

兼業・副業の活用にあたって直面する課題やノウハウをわかりやすく整理することを目的とし、全国各地域の兼業・副業人材の活用に関する事例を収集し、地方の受け入れ企業側に必要なノウハウの体系化・標準化等に向けた整理を行う。

◆ 調査対象

兼業・副業人材を活用している全国の中堅・中小企業・小規模事業者

◆ 調査期間

2022年9月～2023年3月

◆ 調査件数

企業：60社

兼業・副業人材：17名

◆ 調査項目

1. 実施内容と成果について

当初持っていた経営課題、兼業・副業人材との取組による成果についてヒアリングを実施

2. 成功のポイントについて

選考、契約、活動時と各プロセスにおける成功のポイント、課題についてヒアリングを実施

※補完調査として、兼業・副業人材のヒアリングを実施

■ 兼業・副業人材活用の背景

◆ 中小企業が抱える経営課題解決に向けての模索

企業が抱える様々な経営課題の中で、自社内で解決するための専門知識や問題解決スキルが不足している場合、また、解決したくてもそれに取り組める人手が足りていない場合に、課題解決手法の選択肢の一つとして、新たな外部人材を採用することを検討する企業が多くなっている。特に新型コロナ拡大時期においては、事業継続の為に新たな改革が必要となってくるケースが増え、さらにはコロナ禍明けのビジネス復調に向けて、新たな改革・改善に取り組む企業が増えた。

◆ 解決手段の模索

地域の支援機関に相談することにより、外部の専門的なスキルを持つ人材を採用することで解決できること、かつ、常勤雇用するまでもなく、短期的なプロジェクトとして専門家に入ってもらうことで解決できる課題であれば、副業人材の活用が有効であると提案されている。

各企業における経営課題が、「現状把握」「着手優先度付け」のフェーズにある経営者は、地元の金融機関、商工会議所などの支援機関に相談するケースが多い。また、課題解決の手法が「人材確保」に落とし込まれている場合は、各都道府県毎のプロフェッショナル人材戦略拠点に相談することで、「副業人材活用」が一つの選択肢として提案をされるケースが増えてきた。また、直接人材事業者にコンタクトを行い、副業人材を募集する場合もある。

■ 兼業・副業人材との取り組み領域

◆ デジタルマーケティング

企業の求める課題解決テーマは、マーケティング戦略が多かった。特にコロナ禍においては、Webサイト改善、ECサイト改善といった、対面によるビジネスからWebデジタル系へのマーケティング戦略に移行を検討する企業が多い。

◆ 新規事業企画

昨今の予測できない市場情勢変化に対応するため、新規事業企画や異業種事業に着手をする企業も見られた。

◆ 採用戦略

企業自身の人材確保の課題に対し、採用戦略スキルを求めるケースが多い。さらに、採用力強化のために企業ブランド力強化に範囲を広げて課題解決するケースも見られた。

◆ 今回の調査における主な取り組み領域

マーケティング

- ・ 商品企画
- ・ 営業戦略策定
- ・ 商品ブランディング強化
- ・ 販路拡大
- ・ 新規顧客開拓

デジタルマーケティング

- ・ HP/ECサイト立ち上げ
- ・ Webディレクション
- ・ 広報/PR
- ・ SNS活用

新規事業

- ・ 新事業立ち上げ
- ・ 異業種事業検討

人事

- ・ 評価報酬制度改革
- ・ 採用戦略

情報システム

- ・ 業務管理IT化

その他

- ・ 経営企画
- ・ 事業計画策定
- ・ 経営相談
- ・ プロジェクト推進

副業・兼業人材活用の流れ

(求人～プロジェクト進行)

■ 副業・兼業人材活用 成功のポイント

1. 求人の書き方
2. 選考時の基準やコツ
3. 契約時の注意事項
4. プロジェクトの進め方
5. 成果と課題

■副業・兼業人材活用 成功のポイント

【各フェーズごとに成功のポイントを整理する】

求人

選考

活用

1. 求人の書き方

- 課題の整理。副業・兼業人材のイメージ
- 経営者の想いに共感。地元貢献。地方創生。

2. 選考時の基準やコツ

- 一緒にプロジェクトを進めるイメージが湧くか
- コミュニケーション（会話）がちゃんとできる人かどうか（一方的でないか）

3. 契約時の注意事項

- 機密保持契約は必ず
- アドバイスだけか？実行までか？

4. プロジェクトの進め方

- 社員とプロジェクトチームを組む、など。

5. 成果と課題

- 成功のヒント。課題から学ぶ。

1.求人の書き方

【求める副業・兼業人材と出会うためのポイント】

求人

選考

活用

1.求人の書き方

- 課題の整理。副業・兼業人材のイメージ
- 経営者の想いに共感。地元貢献。地方創生。

2.選考時の基準やコツ

- 一緒にプロジェクトを進めるイメージが湧くか
- コミュニケーション（会話）がちゃんとできる人かどうか（一方的でないか）

3.契約時の注意事項

- 機密保持契約は必ず
- アドバイスだけか？実行までか？

4.プロジェクトの進め方

- 社員とプロジェクトチームを組む、など。

5.成果と課題

- 成功のヒント。課題から学ぶ。

1.求人の書き方

【求める副業・兼業人材と出会うためのポイント】

目次

(1)課題・実現したいことを整理

①

課題の整理 副業・兼業人材のイメージ

面談時に提案がもらえるよう、できるだけ明確な課題を提示

(1)参考：よくある課題

よくある課題

1. 課題と打ち手を整理したいが、一人ではうまくできない。
2. 人材確保を強化したいが、自社にノウハウが無い。
3. 販路開拓に取り組んでいるが、営業がうまくいっていない。
4. デジタル化を進めたいが、ITに詳しい人間がいない。
5. 新規事業を始めたいが、マーケティングがわからない。
6. ECを始めたが、思うように売上が伸びていない。
7. メディアに取り上げられたいが、PR方法がわからない。

(2)企業・経営者の想いや地域への想い

①経営者の想いに共感

副業・兼業人材は企業の力になりたい。本気で思える企業での副業を求めている。

②地方創生

「自分の好きな地域で働きたい」これが地方副業への動機になっている。

1. 求人の書き方

【求める副業・兼業人材と出会うためのポイント】

詳細

(1) 課題・実現したいことを整理

① 課題の整理 副業・兼業人材のイメージ

面談時に提案がもらえるよう、できるだけ明確な課題を提示

- 何を実現したいのか。何を解決したいのか。できるだけ目標やゴールを明確にする。
- ただし、目的達成までの手法は明確でなくても良い。手法は副業・兼業人材からアイデアを募るので、副業・兼業人材のアイデアを縛ることのないよう注意する。
- その上で、どういう副業・兼業人材となら目的が達成できそうかを考える。

＜取材企業の声・抜粋＞

- どのような経験・人柄の方を探したらよいかイメージは沸いていなかった。支援機関と一緒に求める人物像をまとめていった。
- 課題を明確にできなかったため、課題の整理、壁打ちや優先順位付けなどから副業・兼業人材に依頼することにした。

企業が
すべきこと

何を実現したいのか、テーマはできるだけ一つに絞る

- 副業・兼業人材からの提案内容も重要な選考ポイントになる。副業・兼業人材の提案がばやけないようなるべく課題（実現したいこと）は1つに絞る。
- 「課題が明確にできない」も課題なので、課題整理から副業・兼業人材を活用するケースも多い。
- 求人を書く際に整理した課題や現状把握は、面談時でも活かせるので、できりる限りやっておく。
- あまり詳しく書きたくない場合は、面談時に詳しく話をする、でもよい。
- 次ページ【よくある課題】を参照。

1.求人の書き方

【求める副業・兼業人材と出会うためのポイント】

参考

(1)参考：よくある課題

よくある課題	詳細
<u>課題と打ち手を整理したいが、一人ではうまくできない。</u>	<u>優先順位が付けられない。</u> 何から手を付けて良いかわからない。うまく言語化ができない。
<u>人材確保を強化したいが、自社にノウハウが無い。</u>	<u>人事の専門家がいらない。</u> 見よう見まねでやってきた。属人的な人事評価制度を変えていきたい。
<u>販路開拓に取り組んでいるが、営業がうまくいっていない。</u>	場当たり的な営業になっている。ターゲットや打ち出し方が正しいのか判断できない。 <u>ロジカルな戦略が組めない。</u>
<u>デジタル化を進めたいが、ITに詳しい人間がいらない。</u>	高齢の従業員が多く、IT化が難しい。 <u>何からIT化すべきかわからない。</u> 高コストのイメージが強く手が出せない。
<u>新規事業を始めたいが、マーケティングがわからない。</u>	やり方がわからない。その事業で戦えるかどうかの <u>情報が乏しい。</u> やってみたいが成功のイメージがつかない。
ECを始めたが、思うように <u>ECの売上が伸びていない。</u>	運営する人がおらず放置されている。どこを <u>どう工夫すれば売り上げが伸びるのかわからない。</u>
<u>メディアに取り上げられたいが、PR方法がわからない。</u>	そもそも <u>やり方を知らない。</u> SNS等どう活用したらよいかかわからない。 <u>どのやり方が正解なのかを判断できない。</u>

1. 求人を書き方

【求める副業・兼業人材と出会うためのポイント】

詳細

(2) 企業・経営者の想いや地域への想い

① 経営者の想いに共感

副業・兼業人材は企業の力になりたい。本気で思える企業での副業を求めている。

- 副業・兼業人材は、副収入目的ではなく、やりがい・スキルアップ（LifeWork）を求めて副業先を探している。
- 「この事業は面白そう」「この企業の理念に共感した」「経営者の熱い思いに打たれた」
- こうした理由で応募し、活躍している。

＜副業・兼業人材の声・抜粋＞

- 募集要項に記載されていた社長の思いに共感し、応募。
- 事業に共感。いいものをつくっている企業の存在を広めるお手伝いを通じて、企業と顧客の橋渡しができればと考えた。

企業が
すべきこと

課題や実現したいことの背景に、経営者の想いがあると良い。

- こういう想いでこの会社を立ち上げた。今後こういう会社にしていきたい。こういう未来を創っていきたい…など、経営者の想いが重要。
- 実現したい理由の先にある、経営者の想いを求人を書くようにする。
- （例）販路を拡大し、より多くの人に届けたい。なぜならこの商品は私の目指す「皆が笑顔になる世界」の実現につながるから…など。

1.求人の書き方

【求める副業・兼業人材と出会うためのポイント】

詳細

(2)企業・経営者の想いや地域への想い

②地方創生・地元貢献

「自分の好きな地域で働きたい」これが地方副業への動機になっている。

- 地元に貢献したい。地方創生に興味がある。そういう思いで副業・兼業人材は地方で副業できる先を探している。
- これまで移住・転職でしか実現できなかったことが、今や「副業」という形で実現できるため、地元貢献・地方創生に挑戦するハードルは確実に下がっている。

<副業・兼業人材の声・抜粋>

- 自分自身が九州出身で地方の抱える問題が想像できたので、地方に役立ちたい想いもあった。
- 行政への貢献、東京以外の地域に対するサポートができればという思いから応募

企業が
すべきこと

解決したい課題や実現したいことの背景に、地域への想いがあると良い。

- 地域にとってなくてはならないであり続けたい。この地域が好きだからこそ、この地域が盛り上げることをやっていきたい…など。
- 実現した先にある地域への想いを求人に書くようにする。

2.選考時の基準やコツ

【選ぶ基準や面談までの準備】

求人

選考

活用

1.求人の書き方

- 課題の整理。副業・兼業人材のイメージ
- 経営者の想いに共感。地元貢献。地方創生。

2.選考時の基準やコツ

- 一緒にプロジェクトを進めるイメージが湧くか
- コミュニケーション（会話）がちゃんとできる人かどうか（一方的でないか）

3.契約時の注意事項

- 機密保持契約は必ず
- アドバイスだけか？実行までか？

4.プロジェクトの進め方

- 社員とプロジェクトチームを組む、など。

5.成果と課題

- 成功のヒント。課題から学ぶ。

2.選考時の基準やコツ

【選ぶ基準や面談までの準備】

目次

(1)選ぶ基準と面談までの準備（重要な項目順）

①企業に共感	企業や行っている事業、経営者の想い、地域への思い入れなどへの共感があるか。
②提案が具体的	提案が具体的かつ実現の可能性が高いもの。企業の事情をよく汲み取っているか。
③コミュニケーション力	意見の押し付けがなく、企業の状況や想いを確認しながら進めていけるか。
④熱意・人柄・主体性	経営者や担当者と同等以上の熱意で取り組んでくれるかどうか。
⑤専門知識等	自社の課題に対して必要な専門知識をもっているかどうか。

(2)オンライン面談の注意点

①オンラインの特徴	リアル面談とは違うことを認識し、うまく活用する。
-----------	--------------------------

2.選考時の基準やコツ

【選ぶ基準や面談までの準備】

詳細

(1)選ぶ基準と面談までの準備

①企業に共感

企業や行っている事業、経営者の思い、地域への思い入れなどへの共感があるか。

- 副業・兼業人材は、企業の理念や経営者の思いに共感し、事業をよく理解することで、主体性をもって取り組むことができる。
- 副業・兼業人材が主体的に取り組める環境をつくることが成功のカギとなる。

＜取材企業の声・抜粋＞

- 選考で大事にしたのは、自社に興味があるかどうかだった。
- 年齢も若く同社へのレスポンスも的確で、実際の開発イメージがわいたこと、「長いおつきあいを」という話をいただいたことなどから、一緒に仕事をしたいと一番思えた。

企業が
すべきこと

自社への思い、事業への思い、地域に対する思い、をできる限り言葉にしておく。

- 何故解決したいのか、なぜ実現したいのか。実現した先に何があるのか。
- 理由に経営者の思いを伝えられるように準備しておく。

2.選考時の基準やコツ

【選ぶ基準や面談までの準備】

詳細

(1)選ぶ基準と面談までの準備

②提案が具体的

企業の課題に対して、提案内容が具体的か。企業の事情をよく汲み取っているか。

- 求人に書かれた企業の課題に対して、より具体的な提案が出てくるということは、その企業のことを調べ、課題に対して真剣に向き合っている証拠でもある。
- また、提案にあたって確認しておきたいことや、企業の事情・課題の背景などを、企業に質問してくる副業・兼業人材は、寄り添った提案ができる副業・兼業人材と言える為、満足度を得られやすい。

＜取材企業の声・抜粋＞

- 非常に提案力があつた。傾聴する姿勢と、押し出す姿勢のバランスがほどよく、会話のテンポもよかった。
- 資料を用意しての説明がわかりやすかったこと
- 同社の直近の課題に適切なアドバイスを得られそうだ。

企業が
すべきこと

解決したい課題や実現したいことを明確にしておく。

- 何故解決したいのか、なぜ実現したいのか。実現した先に何があるのか。
- ここに自社への想い、事業への想い、地域への想いなどが入っているとよい。
- 求人に書ききれない部分は、面談で話ができるように準備しておく。

2.選考時の基準やコツ

【選ぶ基準や面談までの準備】

詳細

(1)選ぶ基準と面談までの準備

③コミュニケーション力

意見の押し付けがなく、企業の状況や想いを確認しながら進めていけるか。

- 都市部と地方では、ビジネス環境は全く同じではない。
- 都市部のやり方が全て正解とは限らない中で、いかに地方企業の実情に沿った提案ができるか、が成功の力ギ。
- そのため、副業・兼業人材に求めるのは実情を把握するヒアリング力と提案の柔軟性である。

＜取材企業の声・抜粋＞

- きっちり会話ができること、企業の状況を理解したうえで提案できること。
- 話しやすそうか、一緒に働きやすそうか、「上から目線」でないか。
- 同社のビジョンや困っていることを伝え、どのような回答・提案が返ってくるのかといった反応を見た。

企業が
すべきこと

応募書類や面談の際、積極的に質問をしてくる副業・兼業人材を選ぶようにする。

- こうした副業・兼業人材を選ぶためにも、企業側は課題や現状を言語化しておくと良い。
- なお質問に全て答えられなくともよい。現状を副業・兼業人材に理解してもらうことが目的なので、現状を伝えることが重要。

2.選考時の基準やコツ

【選ぶ基準や面談までの準備】

詳細

(1)選ぶ基準と面談までの準備

④熱意・人柄・主体性

経営者や担当者と同等以上の熱意で取り組んでくれるかどうか。

- 「副業」という時間に制限のある副業・兼業人材活用方法において、スキルだけでなく、熱意や人柄・主体性もって取り組むことが、成功の力ギになる。
- 時間が限られているからこそ、お互いストレスなく、前向きにことを進めることが重要なポイント。

＜取材企業の声・抜粋＞

- 事業を進める以上、ビジネスにおける熱意が必要。
- お人柄が魅力的。明るく素直で、良いモノは良い、悪いモノは悪いと、想いと考えを込めてはっきり言ってくれる方。
- 課題を自分事ととらえて、主体的に考えられる方。

企業が
すべきこと

志望理由と面談時の提案内容に目を向ける。

- 志望理由および面談時の提案内容・質疑の中で、自社の為にどこまで準備してきたかが見えてくる。
- しっかりと調べて準備をしてくる副業・兼業人材は、その後のプロジェクトでも同様の対応を期待できる。
- 経歴やスキルのみで惑わされないよう注意することが大事。

2.選考時の基準やコツ

【選ぶ基準や面談までの準備】

詳細

(1)選ぶ基準と面談までの準備

⑤専門知識等

自社の課題に対して必要な専門知識をもっているかどうか。

- 企業に足りていない専門的な知識や考え方を副業・兼業人材から借りるのが、副業・兼業人材活用の魅力でもあることから、最低限の専門知識や経験も選考基準になる。
- ただし、あくまで最低限の専門知識やスキルであり、重要なのは、企業への共感度や提案の具体性、コミュニケーション力になります。

＜取材企業の声・抜粋＞

- 専門家としてリードして欲しかった
- 大手企業でCM制作業務に携わってきた経歴を高く評価。
- 社長の説明をもとにシステムとして設計できるシステムエンジニアを求めた

企業が
すべきこと

実現したいことを明確にし、最低限必要となるスキルや経験を整理する。

- 実現したいことを明確にすることで、必要となるスキルや経験も見えてくる。
- ポイントとなるのは、あくまで“最低限”のスキルと経歴であること。
- 企業への共感や提案内容、コミュニケーション力の方がより重視されるポイントである。

2.選考時の基準やコツ

【選ぶ基準や面談までの準備など】

詳細

(2)オンライン面談の注意点

①オンラインの特徴

リアル面談とは違うことを認識し、うまく活用する。

I. 開始前の準備

- 資料を見せながらの説明に適しているので、企業説明などは資料があるとより伝わりやすい。
- 紙媒体の資料は仲介業者などのサポートを受けて、電子媒体（PDFなど）にしておくの良い

II. 面接中のコミュニケーションの取り方

- 話すタイミングに気を付ける。タイムラグがあるので、相手の話終わりしっかり待って話すことを心掛ける。
- リアルに比べて相手の理解度がわかりにくいいため、セクションごとに確認をする。
- 細かな表情の変化が伝わりづらいので、リアクションや相槌は大きくする。

企業が
すべきこと

慣れることが一番の近道。

- 仲介業者やプラットフォーム運営会社がサポート。
- 仲介業者によってはオンライン面談に同席することもある。

3. 契約時の注意事項

【業務委託契約などの手続きや契約期間について】

求人

選考

活用

1. 求人の書き方

- 課題の整理。副業・兼業人材のイメージ
- 経営者の想いに共感。地元貢献。地方創生。

2. 選考時の基準やコツ

- 一緒にプロジェクトを進めるイメージが湧くか
- コミュニケーション（会話）がちゃんとできる人かどうか（一方的でないか）

3. 契約時の注意事項

- 機密保持契約は必ず
- アドバイスだけか？実行までか？

4. プロジェクトの進め方

- 社員とプロジェクトチームを組む、など。

5. 成果と課題

- 成功のヒント。課題から学ぶ。

3. 契約時の注意事項

【業務委託契約などの手続きや契約期間について】

目次

(1) 契約について

① 業務委託契約

個人と直接契約を結ぶ。

② 機密保持契約（条項）

業務委託契約時に、機密保持契約の条項を入れて締結する。

③ 契約書の準備

雛型を活用する。不安がある場合は、仲介業者や有料サポートも活用する。

(2) 契約期間は？

① 2～3か月

ゴールまでの道筋が見えており、任せる仕事も単一なものが多い。

② 半年～1年

もっとも多いプロジェクト期間。成果と進捗具合で期間延長することも多い。

③ 1年以上

経営者の相談役となり、多岐にわたる相談を受けているケースがある。

(3) 報酬は？

① 3～10万円／月

打ち合わせが「週1回、2週に1回、月1～2回」といった形の契約が多い。

② 10万円以上／月

契約によって仕事範囲・求める成果・稼働時間を詳細に決めて取り組む場合に多い。

3. 契約時の注意事項

【業務委託契約などの手続きや契約期間について】

詳細

(1) 契約について

① 業務委託契約

個人と直接契約を結ぶ。

② 機密保持契約（条項）

業務委託契約時に、機密保持契約の条項を入れて締結する。

- 機密情報や個人情報などを取り扱う業務を依頼する場合は、別途、秘密保持契約書（NDA）を結んでいる場合もある
- 機密情報にアクセスできないようにし、締結していない企業もある。

③ 契約書の準備

雛型を活用する。不安がある場合は、仲介業者や有料サポートも活用する。

- 一般的な業務委託契約書の雛型を活用している企業が多い
- 企業で雛型を用意していない場合に、副業・兼業人材側で準備するケースもある。
- マatching事業者が仲介する場合は、契約書の準備を代行する。
- 個人と直接契約する場合に、Matching事業者が提供する契約書を活用する。
- 契約に不安のある企業は、仲介業者のサポート（有料）を活用する。

企業が
すべきこと

契約事なのでしっかりと法務チェックを。

- 採用後に副業・兼業人材とのトラブルを避けるためにも、しっかりと準備することが肝要。
- 仲介業者やプラットフォーム運営会社が雛型を持っていることも多いので、そちらを活用する。
- ここで調整する必要があるのは[求める業務]と[報酬および支払い方法]です。

3.契約時の注意事項

【業務委託契約などの手続き】

詳細

(2)契約期間は？

① 2～3か月

ゴールまでの道筋が見えており、任せる仕事も単一なものが多い。

- 明確なゴール設定ができている企業に多い。

② 半年～1年

もっとも多いプロジェクト期間。成果と進捗具合で期間延長することも多い。

- やることは明確だが、その為の調査・分析を要する案件はこのケースが多い。

③ 1年以上

経営者の相談役となり、多岐にわたる相談を受けているケースがある。

- 企業の課題整理から始める案件はこのケースが多い。
- この場合、経営者にとって副業・兼業人材が「経営の相談役」になっていることが多く、一つの課題だけでなく多くのテーマに対して広く相談を受けることから契約期間が長期にわたることが多い。
- 1年やってみて良かったので延長したケースや、目標達成後に別のプロジェクトもお願いした延長になったケースもある。

企業が
すべきこと

- **優先順位を決める。**
- 期間を優先するのかどうか。副業・兼業人材の質を見極めるために2～3か月お試し期間を設けるケースもある。
- 求めるゴールに応じてかかる期間は変わるので、面談時に副業・兼業人材の提案がどれくらいの期間を要する想定なのかを確認しておくことが肝要。
- 稼働時間に関して、時間単位で契約することもあれば、月1～2回の打ち合わせといった形で契約するケースも多い。

3. 契約時の注意事項

【業務委託契約などの手続き】

詳細

(3) 報酬は？

① 3～10万円/月

打ち合わせが「週1回、2週に1回、月1～2回」といった形の契約が多い。

- 稼働時間ではなく、月単位の報酬であり、その月ごとに進捗を追いかける。月によって打ち合わせ回数の増減もある。
- 地方創生・スキルアップを目的に副業する副業・兼業人材が多く、お金だけじゃない関係を築いている企業が多い。
- 中小規模の企業はこのケースがほとんど。

② 10万円以上/月

契約によって仕事範囲・求める成果・稼働時間を詳細に決めて取り組む場合に多い。

- 中規模以上の企業に見られる契約形態。
- しっかりと報酬が支払われる分、仲介業者が進捗確認に入るなど、プロジェクト期間中のサポートがある。

企業が
すべきこと

身の丈に合った契約形態を選ぶ。

- 報酬の大小によって副業・兼業人材の質が大きく変わるわけではない。
- 何を実現したいのかを整理することで、どういう副業・兼業人材を狙うかが変わってくる。
- 例えば、自社の課題整理から始めるフェーズなら、3万円/月1～2回打ち合わせ で充分など。

4.プロジェクトの進め方

【進め方のポイント】

求人

選考

活用

1.求人の書き方

- 課題の整理。副業・兼業人材のイメージ
- 経営者の想いに共感。地元貢献。地方創生。

2.選考時の基準やコツ

- 一緒にプロジェクトを進めるイメージが湧くか
- コミュニケーション（会話）がちゃんとできる人かどうか（一方的でないか）

3.契約時の注意事項

- 機密保持契約は必ず
- アドバイスだけか？実行までか？

4.プロジェクトの進め方

- 社員とプロジェクトチームを組む、など。

5.成果と課題

- 成功のヒント。課題から学ぶ。

4.プロジェクトの進め方

【プロジェクト進行における4つのポイント】

目次

＜基本情報＞

(1)副業・兼業人材の役割（アドバイスだけ？実行は？）

(2)具体的な活動について

(1)副業・兼業人材の役割（アドバイスだけ？実行は？）

①調査・分析
提案・助言・実行

調査・分析。戦略立案から、助言・実行まで。社員の育成にもつながる伴走支援。

②幅広い対応
プロジェクトリーダー

社長の右腕として経営の一端を担うことも。プロジェクトを任せるケースもある。

(2)具体的な活動について

①相談・現状把握

課題整理や言語化、事業の方向性を決める、マイルストーンを置く、等。

②連絡ツールの有効活用

離れていても円滑なコミュニケーションが取れる。

4.プロジェクトの進め方

【プロジェクト進行における4つのポイント】

目次

<おさえるべきポイント>

(3)社員への共有・理解

(4)副業・兼業人材をより活かすためのポイント

(3)社員への共有・理解

①プロジェクトチーム結成 事前説明と顔合わせ

社員と副業・兼業人材のプロジェクトチームを結成する。

(4)副業・兼業人材をより活かすためのポイント

①目的・役割の明確化

ゴールを明確にし、さらに役割も明確することで目標達成に近づく。

②副業・兼業人材への フォロー 社内リソースの確保

人事が働きやすいよう、環境を整える。同じ会社の仲間として接する。

4.プロジェクトの進め方

【プロジェクト進行における4つのポイント】

詳細

(1)副業・兼業人材の役割（アドバイスだけ？実行は？）

①調査・分析 提案・助言・実行

調査・分析。戦略立案から、助言・実行まで。社員の育成にもつながる伴走支援。

- 市場調査やデータに基づく分析を行い、戦略立案の提案を行う。
- その提案に従って助言するだけでなく、社員と一緒に手を動かしてくれる副業・兼業人材も多い。
- 人材リソースの足りていない企業においては、アドバイスだけで実際に実行できる人材がいないことが課題。
- 副業・兼業人材はそうした課題に対しても有効である。

<取材企業の声・抜粋>

- 社内外の市場を調査。アンケート等を駆使してそれぞれのニーズを明確化した。
- 数値を分析して告知時に誰をターゲットにしたらよいか設定。無駄なく効率的・効果的な手法を提案・支援
- 新商品開発について、企画提案、ターゲットの設定およびアポイントの獲得、実際の営業活動、プロモーションの提案に至るまで、案出しだけでなく実際のアクションの部分まで担当。

企業が
すべきこと

何をどこまでできるのか、面談時に明確にしていく。

- アドバイスだけでなく、どこまで手を動かしてくれるのか。面談時に提案と合わせて確認しておく。
- 報酬と合わせて副業・兼業人材とよく話をして決めていく。
- そのためにも何を実現したいのか、企業側はより明確にしていくことが求められる。

4.プロジェクトの進め方

【プロジェクト進行における4つのポイント】

詳細

(1)副業・兼業人材の役割（アドバイスだけ？実行は？）

②幅広い対応

プロジェクトリーダー

社長の右腕として経営の一端を担うことも。プロジェクトを任せるケースもある。

- 特定の業務だけでなく、相談役として経営者に寄り添い、傾聴・言語化していく。
- 新規事業の分野では、プロジェクトリーダーとして社員とチームを組むことが多い。
- 課題がうまく整理できないという課題を抱える企業は、こうした副業・兼業人材を採用し、課題の整理から優先順位付け、方向性決めなどを企業と二人三脚で進めていく。

＜取材企業の声・抜粋＞

- 取り組んでいる事業に関連する情報収集を積極的に行ってくれるので、いままでになかったビジネスチャンスが生まれている。
- 販路拡大以外にも社員では手が回らないことも依頼するとできる人がやってくれている。
- 経理から財務にまで発展。すでに経営の一部を担ってもらっている。

企業が
すべきこと

自社の現状を見つめ直し、副業・兼業人材の適切な役割を考える。

- 事前に、自社の現状をできる限り把握するように努める。その上で副業・兼業人材と話をすれば、副業・兼業人材にお願いする役割も明確にできる。
- 事前の現状把握は完璧でなくともよい。副業・兼業人材からのより効果的なサポートが受けられるようできる範囲で準備をしておくが良い。副業・兼業人材活用の主体はあくまで企業である。

4.プロジェクトの進め方

【プロジェクト進行における4つのポイント】

詳細

(2)具体的な活動について

①相談・現状把握

課題整理や言語化、事業の方向性を決める、マイルストーンを置く、等。

- 副業・兼業人材に、企業理解を深めてもらう。
- 課題の洗い出し、言語化、整理、優先順位付けなど、プロジェクトを進める前にしっかりと現状把握をする。
- 専門的かつ外部の視点を持つ副業・兼業人材との壁打ちで、課題の本質が見えてくる。
- 何をすべきかが、いつまでにやるか、明確なゴールを設定できる。

＜取材企業の声・抜粋＞

- 募集段階では、経営課題の抽出・整理が不十分であったが、副業・兼業人材に言語化してもらうことで、課題を明確にできた。
- 目標に向けて何を達成すべきか（各種調査、外部/内部環境の分析、強み/弱み、ポジショニング、自社サービスの価値定義など）を設定

企業が
すべきこと

最初の1～3か月は企業理解と現状把握を行う。

- 副業・兼業人材が企業と同じ目線で話ができるように、企業理解と現状把握を最初の1～3か月で行う。
- この段階で、想定していた課題よりも優先順位の高い課題に気づくこともある。
- 企業と副業・兼業人材が腹を割って話すことになるため信頼関係を築きやすく、プロジェクトが進みやすくなる。

4.プロジェクトの進め方

【プロジェクト進行における4つのポイント】

詳細

(2)具体的な活動について

②連絡ツールの有効活用

現地訪問

離れていても円滑なコミュニケーションが取れる。

- オンラインでの打ち合わせ、連絡手段は電話やメールだけでなく、チャットツールも活用。
社員とプロジェクトチームを組む場合は、グループでやり取りができるツールが便利。
- 最低でも1回以上現地訪問があると、遠隔のコミュニケーションでもより円滑になる。

＜取材企業の声・抜粋＞

- 打ち合わせはオンライン。それ以外ではチャットツールを活用し、わからないことがあったらすぐに確認できるようにしている。
- 現地で実際の商品に触れることで、企業理解、自社製品への理解、現状把握がより鮮明になる。
- 1度でもリアルで会っておくと、その後のオンライン打ち合わせがよりスムーズかつ親密なものとなる。

リアルとオンラインをうまく使い分ける。

- 実際に現地に行き、実際の商品などに触れることでより企業理解・商品理解が深まるため、1度は副業・兼業人材に来てもらおうと良い。
- 通常はオンラインでの打ち合わせやチャットツールでのコミュニケーションが中心。
- 中でもグループで一斉に情報共有できるツールはあったと良い。
- プロジェクトごとに通信グループを分けることもできる為、複数の案件に副業・兼業人材が絡む場合だと進捗管理もしやすい。

企業が
すべきこと

4.プロジェクトの進め方

【プロジェクト進行における4つのポイント】

詳細

(3)社員への共有・理解

① プロジェクトチーム結成 事前説明と顔合わせ

社員と副業・兼業人材のプロジェクトチームを結成する。

- 社内にノウハウを蓄積することできる為、副業・兼業人材と社員とのプロジェクトチームを立ち上げ、取り組むと良い。
- 副業・兼業人材活用はあくまで企業が主体であることを考えれば、副業・兼業人材と社員とのコミュニケーションが大事になってくる。その為、現地訪問時に社員と顔合わせを行うなど、社員と副業・兼業人材との距離を縮めるべく、初回打ち合わせをリアルで行うところもある。

<取材企業の声・抜粋>

- 内製できる体制を構築。副業・兼業人材のサポートのもと、社内の担当者が運用実務を担当している。
- 社員へ伝えたところ、歓迎し、仕事に対するモチベーションも上がった。
- 最初の現地訪問時に一緒に食事をするなど融和するようにしていた。今では従業員が、分からないことを副業・兼業人材に直接聞ける関係性。

企業が
すべきこと

副業・兼業人材とはできる限りリアルでの顔合わせを行う。

- 副業・兼業人材を活用する取り組みは、新規事業など会社全体に関わるプロジェクトも多い。
- そのため関係者はもちろんこと、関係者以外も副業・兼業人材がどのような働きをしているのか、知ることによってプロジェクトがスムーズに進む。
- 社内にノウハウを残すことを考えても、副業・兼業人材と社員のチームはメリットが大きい。

4.プロジェクトの進め方

【プロジェクト進行における4つのポイント】

詳細

(4)副業・兼業人材をより活かすためのポイント

①目的・役割の明確化

ゴールを明確にし、さらに役割も明確することで目標達成に近づく。

- より明確な目的を定めることでやるべきことがはっきりし、目標達成に向けた動きをイメージしやすくなる。
- 副業・兼業人材の役割分担を明確にすることで、副業・兼業人材の限られた時間を有効に使うことができる。副業・兼業人材が動きやすくなる環境を整えている。
- 企業が独断で決めるよりも副業・兼業人材と話し合って決めしていく方が、より成功しやすい。

＜取材企業の声・抜粋＞

- 副業・兼業人材の活用は、目的達成のための手段。自社の課題や目指すゴールが明確であることが大事。
- どういう副業・兼業人材を選ぶかということよりも、どういうゴールにコミットするか、そのために企業として副業・兼業人材をどう活用するか（副業・兼業人材にどうコミットしてもらうか）を決めることのほうが重要

企業が
すべきこと

明確なゴールと役割を副業・兼業人材とともに定める。

- 副業・兼業人材と話し合いゴールおよび役割設定をすることで、同じ方向を向いた仕事ができる。
- 大事なのは、お互いが納得した中で決めたものであること。

4.プロジェクトの進め方

【プロジェクト進行における4つのポイント】

詳細

(4)副業・兼業人材をより活かすためのポイント

②副業・兼業人材への フォロー

社内リソースの確保

副業・兼業人材が働きやすいよう、環境を整える。同じ会社の仲間として接する。

- 副業・兼業人材と言えど、一人の人間。副業先で孤立しては力が発揮できない。
- 同じ会社の一員として、仲間として接することでそのスキルや経験が生かされる。
- 社員にとってもノウハウを吸収するチャンス。副業・兼業人材に任せっきりにするのではなく、一緒に取り組む環境をつくる。お互いの相互理解を深めることが成功の力ギ。

<取材企業の声・抜粋>

- 仲間のように受け入れ、業務マニュアルをきちんと説明したり、忙しい時にフォローしてあげられるようにすることが重要。
- 副業・兼業人材の活用を本質的に機能させるためには、副業・兼業人材が提供するノウハウやリソースを、社内の担当者側が十分に生かせることが必要になると考える。

企業が
すべきこと

副業・兼業人材を孤立させない環境を整える。

- 副業・兼業人材を一人の社員として迎え入れることができるかがポイント。
- そして副業・兼業人材のノウハウを吸収し、一緒にプロジェクトを進めていける社員も確保することで、社内にノウハウが蓄積され、内製化されていく。最終的には、副業・兼業人材に頼り切らず自走できることを目指す。

5.成果と課題

【副業・兼業人材を活用して何を得られたか。良かった点、悪かった点】

求人

選考

活用

1.求人の書き方

- 課題の整理。副業・兼業人材のイメージ
- 経営者の想いに共感。地元貢献。地方創生。

2.選考時の基準やコツ

- 一緒にプロジェクトを進めるイメージが湧くか
- コミュニケーション（会話）がちゃんとできる人かどうか（一方的でないか）

3.契約時の注意事項

- 機密保持契約は必ず
- アドバイスだけか？実行までか？

4.プロジェクトの進め方

- 社員とプロジェクトチームを組む、など。

5.成果と課題

- 成功のヒント。課題から学ぶ。

5.成果と課題

【副業・兼業人材を活用して何を得られたか。良かった点、悪かった点】

(1) どのような成果が期待できるの？

①目標の達成	掲げていた目標を達成。やりたいことを実現できた。
②社員の育成・成長	副業・兼業人のノウハウや仕事に対する姿勢など、社員の成長につながっている。
③有益情報の獲得	自社だけでは得られなかった情報を得ることができた。

(2) よくある課題と副業・兼業人材活用後

(3) 成功事例（なぜうまくいったのか？）

(4) 失敗事例（成果が出なかった要因は？）

5.成果と課題

詳細

【副業・兼業人材を活用して何を得られたか。良かった点、悪かった点】

(1) どのような成果が期待できるの？

① 目標の達成

掲げていた目標を達成。やりたいことを実現できた。

- 明確なゴールにたどり着いた成果もあれば、目に見える成果ではないが順調に成長している等、前向きな結果を得られている。
- 少なくとも、挑戦した事業が確実に動き出しており、動き出して得られた発見も企業の財産になっていると言える。

＜取材企業の声・抜粋＞

- ゴール設定した、4か月間で新サービスプランの開発、という事が実現できた
- 副業・兼業人材のおかげでホームページの改修が実現、特にオンラインで宿泊予約が可能になったのは大きな成果。

② 社員の育成・成長

副業・兼業人のノウハウや仕事に対する姿勢など、社員の成長につながっている。

- 副業・兼業人材はいつまでも会社にいるわけではないため、社員がノウハウを吸収し、内製化していく必要がある。
- 社員の成長により、中長期的な成長が期待できる環境になったことは企業にとって大きなメリットと言える。

＜取材企業の声・抜粋＞

- 相手が欲しがっている情報や商品の魅力を伝える方法など、的確に資料にまとめてくれるので、営業戦略の勉強になった。
- その知見を借りて当該社員をEC担当者として育成していきたいという意向を伝えており、実際それが実現しつつある。

5.成果と課題

詳細

【副業・兼業人材を活用して何を得られたか。良かった点、悪かった点】

(1) どのような成果が期待できるの？

③ 有益情報の獲得

自社だけでは得られなかった情報を得ることができた。

- 日常業務に追われ、なかなか新しい情報を入手しづらい環境において、副業・兼業人材が代わりに情報収集し、取捨選択した質の高い情報を得られるのは大きなメリットと言える。

＜取材企業の声・抜粋＞

- 都心の最前線で働いているため、持っている情報の質も量も私たちと全然違う。
- 実現イメージの具体化も早い。「この人に相談すれば何でもできる」という信頼感がある。

(2) よくある課題と副業・兼業人材活用後

よくある課題	副業・兼業人材活用後
課題と打ち手を整理したいが、一人ではうまくできない。	経営者のイメージを言語化。課題の意優先順位をつけ、最優先課題から取り掛かっている。
副業・兼業人材確保を強化したいが、自社にノウハウが無い。	社員全員をヒアリングし、その企業に合わせた人事制度の構築を実現。
販路開拓に取り組んでいるが、営業がうまくいっていない。	市場調査から分析を経て、新たな客層をターゲティング。自社の強み弱みも分析し、誰に何を提案していくか、極めて論理的に定めることができた。
デジタル化を進めたいが、ITに詳しい人間がいない。	手書きだった社内日報をシステム化。高齢の従業員でも使えるよう丁寧に説明し運用に至った。
新規事業を始めたいが、マーケティングがわからない。	テストマーケティングを行い、大まかな方向性を打ち出せた。
ECを始めたが、思うように売上が伸びていない。	誰に何を販売していくべきかから議論し、新たにEC販売用の商品をブランディングした。
メディアに取り上げられたいが、PR方法がわからない。	世界情勢と絡めた内容で展開し、新聞社など2社から取材の申し込みがあった。

5.成果と課題

詳細

【副業・兼業人材を活用して何を得られたか。良かった点、悪かった点】

(3)成功事例（なぜうまくいったのか？）

①明確なゴール設定	企業が何を実現したいのか、あらかじめ整理して明確にした上で、副業・兼業人材に依頼することが重要。
②チェック機能	社内でさまざまな社員が行う業務を、 <u>社外の立場から細やかにチェックし、的確な指摘を受けることができるのは、社員ではない副業・兼業人材ならではの視点・知見によるところが大きい。</u>
③伴走・対話	副業・兼業人材は、ミーティングなどにおいても、アイデアを一方的に出してくるのではなく、 <u>企業側のアイデアを引き出そうとしてくれる姿勢がある。</u>
④成功体験	取り組みを始め、小さな成果を重ねて、それが次第に「形」になりはじめた結果、社内の共感を得て、全体的に変わりはじめた。
⑤期限の設定	取り組みの成果が顕在化するまでには時間がかかることもある。 経営者としては、その時間やかけるリソースを許容し、長い目で待つ必要がある。
⑥企業が主体	副業・兼業人材は、実行のための知見やスキルを提供し、実行をサポートしている存在。 <u>「実行は自社にかかっている」ということを常に念頭に置く必要がある。</u>

5.成果と課題

詳細

【副業・兼業人材を活用して何を得られたか。良かった点、悪かった点】

(4)失敗事例（成果が出なかった要因は？）

①ゴール設定が不十分

目標実現のために副業・兼業人材にどう稼働してもらうかを決めること。
本来は経営者がやりたいことをタスクレベルに落とし込んで、わかりやすいミッションを設定すべき。新規事業を手探りで進める中、ミッション設定が思うようにできていなかった。

②基準がない

どれだけ仕事をしてもらえばいいのか？がわからず最初は戸惑いがあった。
副業・兼業人材にコミットしてもらう範囲（時間・成果など）を明確に定めていなかった

③一方的

一方的にアイデアを出してくる姿勢が見られ、今後の議論の継続性に懸念があった。

④多忙

5人採用したため対応に追われてしまった。
企業側担当者が多忙になり、副業・兼業人材とのプロジェクトにリソースを割くことができなくなった。多忙によって案件が止まらないよう業務遂行体制を整えることが不可欠。

⑤スケジュール管理

自分でタイムコントロールが可能な方か否かなどで業務時間について制約がある

⑥副業・兼業人材のスキル

イベント企画が継続できていない。適した副業・兼業人材ではなかった。

⑦遠慮

言うべきことが言えないなど、最初はお互いに遠慮をしてしまった。

調査企業一覧

調査企業一覧

【全企業の一覧1/6】

No	事業者名	業種	所在地	設立	従業員数	課題 活用領域	採用人数	報酬	利用サービス(会社名)
1	NPO法人北海道エコビレッジ 推進プロジェクト	NPO法人	北海道	2009年	2名	事業推進	2名	5万円	ふるさと兼業(NPO法人 G-net)
2	株式会社洋電社	建設業	青森県	1964年	9名	経営企画	1名	3万円	Skill Shift(株式会社みら いワークス)
3	合同会社前田彌門	製造業	青森県	2020年	非公開	商品開発	1名	3万円	Skill Shift(株式会社みら いワークス)
4	有限会社秋田かまくらミート	食肉卸売業	秋田県	1996年	30名	販路開拓	4名	4万円	サンカク(株式会社リクル ート)
5	株式会社千葉恵製菓	食品製造業	岩手県	1973年	98名	品質管理 ／営業	2名	14万円	JOINS(株式会社JOINS)
6	株式会社エヌ・アイ・テック	建設業	福島県	1996年	60名	経営企画	2名	3万円	Skill Shift(株式会社みら いワークス)
7	有限会社しのぶや	サービス業	栃木県	1990年	50名	人事・組 織開発／ マーケテ ィング	2名	5万円	Skill Shift(株式会社みら いワークス)
8	加藤金属工業株式会社	製造業	群馬県	1954年	40名	広報・PR ／商品開 発	2名	3万円	Skill Shift(株式会社みら いワークス)
9	株式会社小林自動車ボデー	サービス業	群馬県	1970年	79名	WEB戦略	2名	5万円	Skill Shift(株式会社みら いワークス)
10	パラリゾートちちぶ株式会社	サービス業	埼玉県	非公開	非公開	広報・PR	4名	3万円	Skill Shift(株式会社みら いワークス)

調査企業一覧

【全企業の一覧2/6】

No	事業者名	業種	所在地	設立	従業員数	課題 活用領域	採用人数	報酬	利用サービス(会社名)
11	株式会社銚子スポーツタウン	サービス業	千葉県	2017年	非公開	商品開発 ／IT活用	5名	3万円	Skill Shift(株式会社みらいワークス)
12	協和警備保障株式会社	サービス業	千葉県	1974年	2,400名	新規事業	7名	3万円	Skill Shift(株式会社みらいワークス)
13	株式会社アトリエPOSY	サービス業	千葉県	2019年	3名	商品開発	1名	3万円	Skill Shift(株式会社みらいワークス)
14	オーエムネットワーク株式会社	情報通信業	新潟県	2002年	49名	採用支援	1名	4万円	Skill Shift(株式会社みらいワークス)
15	新潟市	自治体	新潟県	1889年	11,132名	DX	1名	6万円	Glocal Mission Jobs(株式会社みらいワークス)
16	株式会社いせん	旅館業	新潟県	1952年	60名	新規事業	1名	20万円	ふるさと兼業(NPO法人G-net／運営パートナー きら星株式会社)
17	有限会社中村海産	情報通信業	富山県	2002年	49名	採用支援	1名	4万円	Skill Shift(株式会社みらいワークス)
18	株式会社小松プロセス	製造業	石川県	1970年	25名	商品企画 ／販売戦略	2名	3万円	Skill Shift(株式会社みらいワークス)
19	株式会社二口製紐	製造業	石川県	1971年	18名	商品開発 ／SNS活用	2名	3万円	Skill Shift(株式会社みらいワークス)
20	北陸地域のメディア関連企業	メディア関連	福井県	非公開	非公開	サービス 改善	1名	3万円	Skill Shift(株式会社みらいワークス)

調査企業一覧

【全企業の一覧3/6】

No	事業者名	業種	所在地	設立	従業員数	課題 活用領域	採用人数	報酬	利用サービス(会社名)
21	インド料理店 RISHTA	飲食業	長野県	2016年	3名	広報	3名	2万円	求人ステーション(一般社団法人プロフェッショナル&パラレルキャリア フリーランス協会) ふるさと兼業(NPO法人G-net/運営パートナー 六月の村ソーシャルワークス株式会社)
22	株式会社片岡ケース製作所	製造業	岐阜県	1923年	10名	認知拡大 ／販売強化	1名	3万円	Skill Shift(株式会社みらいワークス)
23	みのライス株式会社	卸・小売業	岐阜県	1998年	17名	経営企画	1名	3万円	Skill Shift(株式会社みらいワークス)
24	株式会社アークティーエス	人材サービス業	静岡県	2000年	非公開	経営企画	2名	3万円	Skill Shift(株式会社みらいワークス)
25	むかし田舎体験 水車むら	観光施設	静岡県	2017年	ボランティア100名	サービス 企画	3名	無し	ふるさと兼業(NPO法人G-net/運営パートナー NPO法人ESUNE)
26	株式会社くればあ	製造業	愛知県	1989年	87名	商品開発	1名	5万円	Glocal Mission Jobs(株式会社みらいワークス)
27	渡辺精密株式会社	製造業	愛知県	1947年	44名	営業戦略	1名	5万円	Glocal Mission Jobs(株式会社みらいワークス)
28	協同海運株式会社	海運業	三重県	1962年	21名	新規事業	1名	20-35万円	プロパートナーズ(エッセンス株式会社)
29	Kumano Berry (口熊野かみとんだ山桃会)	サービス業	和歌山県	2015年	6名	経営企画	2名	3万円	Skill Shift(株式会社みらいワークス)
30	株式会社鳥塚	水産業	滋賀県	1985年	16名	マーケティング	1名	3万円	Skill Shift(株式会社みらいワークス)

調査企業一覧

【全企業の一覧4/6】

No	事業者名	業種	所在地	設立	従業員数	課題 活用領域	採用人数	報酬	利用サービス(会社名)
31	株式会社健幸プラス	サービス業	京都府	2014年	31名	EC運用	2名	9万円	エリアマイスター(株式会社ママントレ)
32	福大商事株式会社	卸売	京都府	1963年	59名	新規事業	1名	3万円	Skill Shift(株式会社みらいワークス)
33	NPO 法人コミュニティリンク	NPO法人	兵庫県	2008年	26名	事業拡大	4名	15万円	JOINS(株式会社JOINS)
34	いなばハウジング株式会社	不動産・建設業	鳥取県	1998年	9名	IT活用	1名	3万円	Skill Shift(株式会社みらいワークス)
35	あすとみらい 株式会社	不動産業	鳥取県	2018年	4名	IT活用	4名	3万円	Skill Shift(株式会社みらいワークス)
36	株式会社吉備総合電設	電気・ガス業	鳥取県	1963年	70名	マーケティング	1名	3万円	Skill Shift(株式会社みらいワークス)
37	株式会社バイタルリード	建設業コンサル業	島根県	1998年	49名	新規顧客開拓	1名	30万円	Treasurefoot(株式会社トレジャーフット)
38	株式会社中澤建設様	建設業	島根県	1965年	24名	経営企画	1名	5万円	Glocal Mission Jobs(株式会社みらいワークス)
39	ひかわ食品加工株式会社		島根県	2008年	9名	販売戦略	1名	時給3,500円	Glocal Mission Jobs(株式会社みらいワークス)
40	松江市	自治体	島根県	1889年	1,600名	マーケティング	1名	10万円	Glocal Mission Jobs(株式会社みらいワークス)

調査企業一覧

【全企業の一覧5/6】

No	事業者名	業種	所在地	設立	従業員数	課題 活用領域	採用人数	報酬	利用サービス(会社名)
41	株式会社土屋	サービス業	岡山県	2020年	2,121名	人材採用	3名	40万円	プロシエアリングコンサルテ ィング(株式会社サーキュレー ション)
42	岡山市	自治体	岡山県	1889年	8,460名	DX	2名	6万円	Glocal Mission Jobs(株 式会社みらいワークス)
43	瀬戸内ジャムズガーデン	食品加工・販売	山口県	2003年	26名	Webマー ケティング	1名	非公開	YOSOMON!(特定非営利 活動法人エディック)
44	西部木工	木工業	徳島県	1989年	13名	販路開拓	2名	4万円	JOB HUB LOCAL(株式会 社パソナJOBHUB)
45	株式会社クリエアナブキ	人材サービス業	香川県	1986年	102名	商品開発 ／マーケ ティング	2名	3万円	Skill Shift(株式会社みら いワークス)
46	株式会社ソフトビレッジ	ITサービス業	高知県	2007年	1名	新規事業	2名	5万円	Skill Shift(株式会社みら いワークス)
47	高知県商工労働部産業デジタ ル化推進課	自治体	高知県	1871年	13,415名	戦略策定	2名	3万円	Skill Shift(株式会社みら いワークス)
48	大森商機株式会社	商社	愛媛県	1948年	非公開	新卒採用	1名	3万円	Skill Shift(株式会社みら いワークス)
49	株式会社JiHAN	その他	福岡県	2014年	5名	マーケテ ィング	1名	4万円	Skill Shift(株式会社みら いワークス)
50	株式会社サンコウ	製造業	福岡県	2002年	75名	人材採用	1名	30万円	プロシエアリングコンサル ティング(株式会社サー キュレーション)

調査企業一覧

【全企業の一覧6/6】

No	事業者名	業種	所在地	設立	従業員数	課題 活用領域	採用人数	報酬	利用サービス(会社名)
51	株式会社イネックス	照明事業ほか	長崎県	1997年	10名	新規事業 企画	3名	3万円・30 万円	求人ステーション(一般社団法人プロフェッ ショナル&パラレルキャリア フリーランス 協会) ふるさと兼業(NPO法人G-net) SOKUDAN(CAMELORS株式会社)
52	西研グラフィックス株式会社	製造業	佐賀県	1950年	120名	販路開拓	1名	5万円	Glocal Mission Jobs(株 式会社みらいワークス)
53	株式会社小嶋や	食品製造業	佐賀県	2017年	7名	販売促進	1名	4万円	Glocal Mission Jobs(株 式会社みらいワークス)
54	株式会社旭タカロン	製造業	大分県	1990年	87名	マーケテ ィング	1名	5万円	Glocal Mission Jobs(株 式会社みらいワークス)
55	株式会社栄工社	印刷業	大分県	1963年	17名	販路拡大	1名	5万円	Glocal Mission Jobs(株 式会社みらいワークス)
56	株式会社フォルクスウェア	サービス業	熊本県	2011年	14名	マーケテ ィング	1名	3万円	Skil Shift(株式会社みら いワークス)
57	株式会社KDS熊本ドライビン グスクール	サービス業	熊本県	1976年	61名	新規事業 ／IT活用	5名	3万円	Skill Shift(株式会社みら いワークス)
58	株式会社岡田花店	小売業	宮崎県	1961年	4名	マーケテ ィング	1名	3万円	Skill Shift(株式会社みら いワークス)
59	株式会社白谷塾	サービス業	宮崎県	2009年	8名	マーケテ ィング	1名	3万円	Skill Shift(株式会社みら いワークス)
60	株式会社太	飲食業	鹿児島	2018年	6名	EC戦略	1名	3万円	Skill Shift(株式会社みら いワークス)

取り組み事例

SNS活用に長けた副業人材の力を借りて、半年でフォロワー1000人達成。SNS広告の出稿も開始。

いなばハウジング株式会社		実施内容と成果	
代表者名 山田真也 資本金 3,000万円 従業員数 9名 設立年 1998年 所在地 鳥取県鳥取市 企業HP https://inabahousing.com/ 		● プロ目線でのアドバイスを期待し、SNS活用に長けた1名を採用。 ● 副業人材と月1回のオンラインミーティングを実施。それ以外に必要なことがあれば平日の日中にメールでやりとりをしている。 ● 副業人材が作成したSNS基本解説資料を参考に、アドバイスを貰いながらSNSを運用中。 ● フォロワー1000人を目標に取り組み始めたが、半年で達成。想像以上の成果が出ている。住宅見学会でお客様からSNSを見たという声も増えており、現場でも成果を実感。 ● 次のステップとして、実施したSNS投稿に加えて、SNS広告の出稿も始めた。	
事業内容		成功のポイント	
● 前身の山田硝子店は1956年創業。60年の歴史で培った信頼をもとに、地域に根差した工務店として住宅の建築と販売を手掛ける。		① <u>リーダーシップのある人材で、</u> ② <u>質問をすぐに回答してくれる安定感のある方を採用。</u> ③ <u>最初にSNSを基本から解説してもらえた。</u>	
副業・兼業人材を採用した背景		リーダーシップ	知識&経験「上から引っ張り上げてくれる」人材を募集
● これまでの営業活動は折込チラシやポスティングがメインで、住宅購入の主な客層である若年層に届いていない心配があった。ネットPRの必要性を感じて数年前にSNSを始めたが、どんな内容の投稿をしていいかわからず、まったく使えていなかった。 ● 地元ハローワークから当初UIターン人材採用を提案されたが、都会の大手企業で働く人に同等の給与は出せない。そこでハローワークから副業人材を紹介され、副業なら費用をあまりかけずに同等レベルの人材を得られると考えた。		➤	プロ目線でアドバイスがいただける方で、SNSのビジネス活用について知識を持ち、リーダーシップが取れるような方を募集した。
		安定感	人材紹介会社にアドバイスを頂きながら採用基準を固めた
		➤	人材紹介会社の担当者にアドバイスを頂きながら副業人材の採用基準を固めた。
		➤	安定感があり知識経験を兼ね備えた副業人材を採用。
		説明力	最初にSNSを基本から解説してもらえたのが良かった
		➤	初回打ち合わせで、副業人材の方が20ページぐらいの資料を準備してくれた。その資料を使ってSNSの基本から解説してもらえたため、スムーズにスタートできた。

いなばハウジング株式会社

良かった点・改善点など

【良かった点】

- コンサル会社に依頼すれば同じようなアドバイスを頂けるかもしれないが、コストがかかりすぎる。またコンサルは長期契約が前提なので、合わないと感じても途中で止められない。一方で副業人材の方は月3万円をお願いでき、お互い同意すれば短期で終了することもできる。
- 地方の中小企業を経営していると、どうしても視野が狭くなりがち。住む地域も背景も違う副業人材の方から客観的な意見を頂くと、新たな気付きを得る機会が多い。

【今後の課題など】

- 当社が取り組み始めた2020年は副業が注目され始めたばかりの時期。良いタイミングで募集できたので、素晴らしい副業人材と出会えた。しかし現在は副業がブームになってきている。今後は企業が優秀な副業人材を奪い合う可能性があり、副業人材側から選ばれる企業になっていく必要がある。

人材の声

- いなばハウジング様の募集は「SNSでマーケティングを強化したい」と目標が明確だった。また企業ホームページから地元密着でこだわりの家づくりを行う想いが伝わってきて、好感を持てた。
- 自分自身が九州出身で、地方が抱える問題を想像できたので、地方に役立ちたい想いもあった。
- 取り組みを始め、SNSのフォロワー数が伸び、ホームページのリニューアルも実現でき、良い成果に結びついた。この過程で、いなばハウジングの社員さんのスキルが格段に上がった。これは社員さんの熱意や人柄が大きかったと感じている。

該当エリアの営業経験を持つプロ人材と組み、新規事業の販路開拓を推進！

西研グラフィックス株式会社

代表者名

西村譲治

資本金

4,000万円

従業員数

120名

設立年

1950年

所在地

佐賀県神埼郡吉野ヶ里町

企業HP

<https://www.seiken-g.com/>



事業内容

- 1950年に創業し、新聞印刷機の製造をはじめ、新聞の搬送装置（CSGキャリア）や付属機器など、新聞関連機器のメーカーとして事業を展開。

副業・兼業人材を採用した背景

- 近年の新聞印刷部数の落ち込みで、将来が不安になった。そこで、異種業に自動化機器を納入する新規事業を始めることを決め、販路拡大を検討。
- 以前、別のハンズオン支援を利用したこともあった佐賀県のプロフェッショナル人材戦略拠点から案内があり、副業人材の活用を決断。

実施内容と成果

- 近隣に住んでおり、製造業の経験かつ営業の経歴を持つ人材を採用。
- 新規営業は副業人材に任せるが、見積もり依頼をいただいた後は当社が受け持つ形の業務委託契約を副業人材と締結。
- 月間30時間稼働の中で、副業人材の人脈を使って九州近郊の会社に営業活動を実施。さらに、顧客リストを副業人材に渡して新規顧客獲得も実施。
- 副業人材と情報共有を綿密に行ってPDCAを速やかに回すことで、後回しになりがちな新規開拓を計画通りに進捗させることができた。

成功のポイント

①人材紹介会社と人物像を明確にし、②伴走支援を期待できる人を採用。

③新規顧客開拓専門人材とすることで、新規開拓が進んだ。

明確化

地方×営業人材の実績を持つ人材紹介会社と人物像を明確化

伴走支援

専門性に加え、販路開拓を伴走支援いただけそうな方を採用

PDCA

情報共有を綿密に行い、PDCAを速やかに回した

- 方針の転換や営業先業界の変更等など、営業活動の情報共有を副業人材と綿密に行い、PDCAを速やかに回した。

▶次ページ：良かった点・改善点など

52

西研グラフィックス株式会社

良かった点・改善点など

【良かった点】

- 近隣に住み、製造業の経験かつ営業の経歴を持つ、理想の人材と契約できた。
- 新規顧客開拓専門の副業人材を活用したことで、新規開拓ができるようになってきた。
- 何をしたかを1週間ごとに報告してもらうことにした。また、副業人材と年齢が近い社員を担当につけ、副業人材の抱える悩みは電話で随時相談できる体制を作っている。
- コストが低く導入しやすかった。当社は副業人材導入の目的、委託したい内容を明確にしていたのでスムーズだったが、「とりあえず導入したい…」という姿勢では難しいかもしれない。

【今後の改善点など】

- 採用時、もう少し多くの候補者がいて、複数人に仕事を依頼できる検討ができれば良かった。
- 候補者を増やすためには、「九州エリアに精通、在住している」という地理要件を緩和し、スキル重視で全国から人材を集める必要がある。

副業プロ人材が積極的かつ主体的に関わり、難易度の高いデジタル化プロジェクトをけん引。

新潟市 政策企画部

代表者名

資本金

従業員数

設立年

所在地

企業HP

中原八一（市長）

-

11,132名

1889年

新潟県新潟市

<https://www.city.niigata.lg.jp/>



事業内容

● 総合計画「にいがた未来ビジョン」と、「第2期新潟市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を重ね合わせ、着実に推進するとともに次期総合計画を策定する。

副業・兼業人材を採用した背景

● 「新潟市総合計画2030」において、「人口減少・少子高齢化がもたらす様々な課題を乗り越え、市民の心豊かな暮らしにつなげるため、デジタル技術・データを積極的に活用して施策を推進することとなった。

● 施策の推進・実現にあたり、企画の具体化や、ITベンダとの折衝、プロジェクトマネジメントに関する知見が不足しており、その知見を持った人材の助言が必要となった。

● 他自治体の事例等から副業人材を活用する方法があることを知り、検討した結果、「DXアドバイザー」として登用することを決定。低予算でも専門性が高い人材を活用できる点が決め手。

実施内容と成果

- 人材紹介会社の支援により、求人作成から募集までスムーズに進められた。結果的に2週間で81人もの応募が集まった。
- 人材スクリーニングや面接も人材紹介会社に支援してもらい、最終的に1名に絞り込めた。
- 副業人材は月間約20時間の稼働の中で、テレワークと月1回程度の新潟市役所での勤務を行いながら、プロジェクトを推進。
- アドバイザーに留まらず、プロジェクトの推進役として現場の信頼も得ながらデジタル化プロジェクトをけん引し、一定の成果が出ている。

成功のポイント

①人材紹介会社の支援で求人を作成、②伴走型支援と機動力を軸に選抜。③助言に留まらず推進役としてプロジェクトを主体的に推進。

人材会社の支援

人材紹介会社の支援を受けて要件定義や募集、面接を進めた

➢ 求人作成からWEBでの募集まで人材紹介会社の支援のもと進め、応募者が81人も集まった。

➢ 人材スクリーニングや面接も人材紹介会社が伴走支援。新潟での対面面接も実施した。

伴走型支援

伴走型支援が期待できることと、豊富な経験、機動力を重視

➢ 助言や事例の共有に留まらない伴走型の支援が期待できる人材を選抜。多くの新規事業や改善プロジェクトの推進経験を持っていたことに加え、機動力の高さが決め手となった。

主体的に推進

副業プロ人材がプロジェクトを主体的に推進

➢ プロジェクトの進め方や課題などを副業人材に相談。遠隔・対面でのコミュニケーションを併用し、建設的な議論を活発に行うとともに、副業人材がプロジェクトを主体的に推進。

▶次ページ：良かった点・改善点など

54

新潟市 政策企画部**良かった点・改善点など****【良かった点】**

- 副業プロ人材には市役所内及び地域課題解決のためのアドバイスに加え、手を動かしてインプット・アウトプットを繰り返しながら伴走支援していただいた。
- 新潟市役所内外の様々な立場の利害関係者とも積極的にコミュニケーションいただき、プロジェクトを主体的に推進していただけた。
- 当市のDX推進計画や事業への助言はもちろんのこと、難航していた保育領域のデジタル化プロジェクトにおいても、これまでの新規事業や業務改善等の知見・経験を活かして積極的にプロジェクトに関わっていただき、軌道に乗せていただいた。

【今後の改善点など】

- アドバイザーの提案や指示をこなすため、支援を受ける市側もある程度工数の確保が必要。伴走支援の最初のキックオフとして、所属長を含めた場を設定し、一定の工数を担当スタッフが使えるよう、認識の統一とプロジェクト体制の構築を図ると良いと感じた。

■最後に

【クレジット・問い合わせ先】

令和4年度新産業集積創出基盤構築支援事業
(地域外高度人材誘致手法分析・広報事業)
2023年3月

(発行)
経済産業省地域経済産業グループ
地域経済活性化戦略室

(企画 製作 編集)
株式会社みらいワークス

(取材 編集)
一般社団法人プロフェッショナル&
パラレルキャリアフリーランス協会
大崎哲也
渡邊了太
株式会社みらいワークス

(お問い合わせ先)
経済産業省地域経済産業グループ
地域経済活性化戦略室
03-3501-1697

協力企業・団体（順不同）

- ・ NPO法人北海道エコビレッジ推進プロジェクト
- ・ 株式会社洋電社
- ・ 合同会社前田彌門
- ・ 有限会社秋田かまくらミート
- ・ 有限会社千葉恵製菓
- ・ 株式会社エヌ・アイ・テック
- ・ 有限会社しのぶや
- ・ 加藤金属工業株式会社
- ・ 株式会社小林自動車ボデー
- ・ パラリゾートちちぶ株式会社
- ・ 株式会社銚子スポーツタウン
- ・ 協和警備保障株式会社
- ・ 株式会社アトリエPOSY
- ・ オーエムネットワーク株式会社
- ・ 新潟市
- ・ 株式会社いせん
- ・ 有限会社中村海産
- ・ 株式会社小松プロセス
- ・ 株式会社二口製紐
- ・ 株式会社福井新聞社
- ・ インド料理店 RISHTA
- ・ 株式会社片岡ケース製作所
- ・ みのライス株式会社
- ・ 株式会社アークティーエス
- ・ むかし田舎体験 水車むら
- ・ 株式会社くればあ
- ・ 渡辺精密株式会社
- ・ 協同海運株式会社
- ・ Kumano Berry（口熊野かみとんだ山桃会）
- ・ NPO法人G-net
- ・ 株式会社リクルート
- ・ JOINS株式会社
- ・ きら星株式会社
- ・ 特定非営利活動法人エティック
- ・ 株式会社パソナJOBHUB

- ・ 株式会社鳥塚
- ・ 株式会社健幸プラス
- ・ 福大商事株式会社
- ・ NPO法人コミュニティリンク
- ・ いなばハウジング株式会社
- ・ あすとみらい 株式会社
- ・ 株式会社吉備総合電設
- ・ 株式会社バイタルリード
- ・ 株式会社中澤建設様
- ・ ひかわ食品加工株式会社
- ・ 松江市
- ・ 株式会社土屋
- ・ 岡山市
- ・ 株式会社瀬戸内ジャムズガーデン
- ・ 西部木工
- ・ 株式会社クリエアナブキ
- ・ 株式会社ソフトビレッジ
- ・ 高知県 商工労働部
- ・ 大森商機株式会社
- ・ 株式会社JiHAN
- ・ 株式会社サンコウ
- ・ 株式会社イネックス
- ・ 西研グラフィックス株式会社
- ・ 株式会社小嶋や
- ・ 株式会社旭タカロン
- ・ 株式会社栄工社
- ・ 株式会社フォルクスウェア
- ・ 株式会社KDS熊本ドライビングスクール
- ・ 株式会社岡田花店
- ・ 株式会社白谷塾
- ・ 株式会社太
- ・ 六月の村ソーシャルワーカーズ株式会社
- ・ 特定非営利活動法人ESUNE
- ・ エッセンス株式会社
- ・ 株式会社ママントレ
- ・ 株式会社トレジャーフット
- ・ 株式会社サーキュレーション
- ・ CAMELORS株式会社

副業・兼業人材活用 ノウハウ集

実践企業の取材から見てきた活用のコツ

実施期間 : 令和4年10月1日～令和5年2月28日
調査手法 : アンケート調査およびオンライン取材
有効回答数 : 60件（オンライン取材）/116件（アンケート調査）
調査対象 : 47都道府県の副業・兼業人材を活用している地方中小企業
（その他、中堅企業・大企業・自治体）

■ 目次

【副業・兼業人材を活用するために。一步を踏み出す為のノウハウ集】

はじめに	副業・兼業人材を「雇用する」のではなく「活用する」とは何か？	P3
	副業・兼業人材活用に対するよくある不安や心配事 と 実態	P4
副業・兼業人材活用サービス	サービスの種類・流れ	P6
副業・兼業人材活用の流れ (求人～プロジェクト進行)	1. 求人の書き方【求める副業・兼業人材と出会うためのポイント】	P13
	2. 選考時の基準やコツ【選ぶ基準と面談までの準備】	P19
	3. 契約時の注意事項【業務委託契約などの手続きや契約期間について】	P27
	4. プロジェクトの進め方【プロジェクト進行における4つのポイント】	P32
	5. 成果と課題【副業・兼業人材を活用して何を得られたか。良かった点、悪かった点】	P42
副業・兼業人材活用 まとめ	成功のカギ【成功の分かれ目はどこにあったか】	P48
最後に	クレジット・問い合わせ先 / 参考・出典	P50

■はじめに

副業・兼業人材を「雇用する」のではなく「活用する」とは何か？

地域の中小企業、小規模事業者等は、地域の雇用のみならず、人口が特に減少している地域社会において地域を支える重要な機能を果たしています。

これらの事業者の生産性向上を図りつつ、地域の稼ぐ力を創出する手段として着目される「副業・兼業人材」活用に焦点を絞り、これから「副業・兼業人材」活用を検討する企業を対象に、副業・兼業人材を雇用するのではなく「活用する」ノウハウを取り纏めました。

ポストコロナの「新しい日常」に対応した多様な働き方、キャリア形成を促進する観点から副業・兼業を推進し、地方兼業での活用が考えられることから、好事例の収集・提供等により地域企業における導入を促進し、普及を図って行きたいと考えております。

■はじめに

【副業・兼業人材活用に対するよくある不安や心配事と解決策①】

不安や心配事	副業・兼業人材活用の実態	参照ページ
人が集まらないかも。	➤ <u>課題が明確</u> であり、 <u>経営者の想いや地域への想いが伝わる求人</u> には人が集まりやすい。	1.求人の書き方 P15,16,17
自社の課題に興味を示す副業・兼業人材はいるのか？ うちみたいな小さい会社に…	➤ <u>企業の規模は大きく影響しません。</u> どんなに小さな会社でも課題が明確であり、経営者の想いや地域への想いが入った求人であれば人は集まりやすい。 ➤ また中小企業であれば経営者との距離が近く、 <u>提案が形になるまでのスピードが速い</u> ため、そうしたスピード感は大手企業では味わえないものであり、魅力を感じている副業・兼業人材も一定数います。	1.求人の書き方 P15,16,17
どんな人が来るかわからない	➤ 都市部の <u>副業を解禁している大手企業に勤務する人が多い</u> です。 ➤ 地方副業を希望する方の6割が、 <u>「スキルアップ」や「やりがい」を求めています。</u>	1.求人の書き方 P15,16,17
上から目線の偉そうな人が来るのでは？	➤ 書類選考や面談の段階である程度判断ができます。特に面談時、 <u>企業側の意向や状況を確認しながら提案できる方を選考いただくと良い</u> です。 ➤ 逆に自分の提案を一方的に話してくる副業・兼業人材は、全員ではありませんが、こうした副業・兼業人材の可能性もあります。	2.選考時の基準やコツ P23
逆に売り込みされるのでは？	➤ 書類選考および面談にてある程度判断できます。万が一売り込みかなと疑うようなことがあり、 <u>信頼関係が損なわれるようでしたら、その副業・兼業人材とは契約更新をしない</u> という手も打てます。 ➤ 業務委託契約になるので、契約を解除できないということはありません。	2.選考時の基準やコツ P21,22,23,24

■はじめに

【副業・兼業人材活用に対するよくある不安や心配事と解決策②】

不安や心配事	副業・兼業人材活用の実態	参照ページ
片手間なんでしょ？	➤ 副業・兼業人材は、「<u>やりがい</u>」や「<u>スキルアップ</u>」を求めて副業に取り組んでいるので、手を抜くメリットが全くありません。 ➤ また、書類選考や面談時に、熱意があるかどうか、きっちり対応してくれるかどうかはある程度判断できます。	2.選考時の基準やコツ P24
オンラインの会議が不安	➤ 仲介業者のサポートもございます。 ➤ 副業・兼業人材はオンライン慣れている方も多い上、理解のある方もいるので、素直に不安な面をお伝えいただき、面談されると良いです。副業・兼業人材からのサポートがあるかもしれません。	2.選考時の基準やコツ P26
知らないことをいいことに搾取されるかも。	➤ 書類選考や面談時にある程度判断できます。 ➤ 業務委託契約書にて、報酬や依頼する業務を明確にするため、契約書に書かれた以上のことを要求されることも、することもできません。	3.契約時の注意事項 P29,30,31
何をしてくれるの？	➤ 調査・分析・提案・助言・実行まで、企業の課題に合わせて活動します。 ➤ 具体的なものは、報酬と稼働日数とを考慮しながら決定していきます。	4.プロジェクトの進め方 P35,36
連絡取れずに進まないのでは？	➤ 業務委託契約を交わす際にしっかり話し合います。 ➤ 普段の連絡手段についても副業・兼業人材と取り決めることで安心して連絡を取り合うことができます。 ➤ 打ち合わせの際に次回打ち合わせの日程を決めることもあります。	4.プロジェクトの進め方 P38

副業・兼業人材 活用サービスについて

サービスの種類・流れ

■ 副業・兼業人材活用サービスの俯瞰

【サービスの種類】

公的機関の活用

民間事業者の活用

無償型

- ハローワーク等を利用する。
- 費用負担なく副業・兼業人材を採用ができる。
- 管轄する地域に限定されるため、労働人口が少ない地域では、応募者が集まらないというデメリットがある。

無償型 (ハローワーク)

掲載費用	発生しない
成功報酬	発生しない
伴走支援サービス料	発生しない

+

副業・兼業人材への報酬

成功報酬・手数料型

- 採用決定後に費用が発生（成功報酬型）
- 求人票の作成や副業・兼業人材を紹介・選考に費用が掛からないサービスが多い。
- 採用後も毎月手数料が発生する（手数料型）など、サービスにより費用体系が異なる場合がある。

成功報酬・手数料型 (副業・兼業人材紹介・あっせんなど)

掲載費用	発生しない
成功報酬	発生する
伴走支援サービス料	発生する

+

副業・兼業人材への報酬

初期投資型

- 求人掲載時に費用が発生（初期投資型）
- 採用決定時の成功報酬や稼働月に応じた手数料が発生しない。
- 安価に利用でき、利用企業にとってリスクが少ない。

初期投資型 (求人広告、プラットフォーム型)

掲載費用	発生する
成功報酬	発生しない
伴走支援サービス料	発生しない

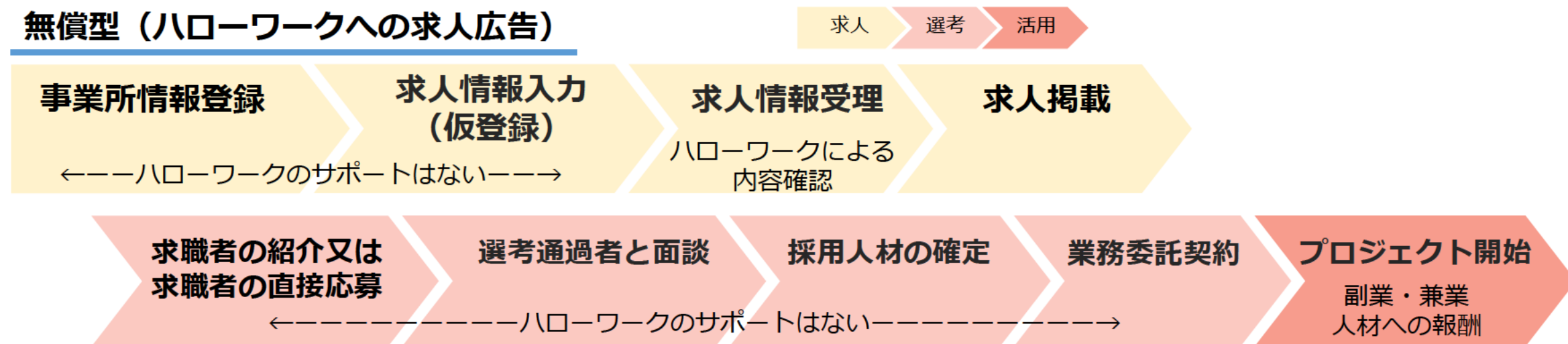
+

副業・兼業人材への報酬

■ 副業・兼業人材活用サービスの種類（無償型）

【サービスの流れ】

無償型（ハローワークへの求人広告）



■ 仕組み

✓ ハローワークに求人を掲載し、副業・兼業人材からの応募を待つ。申し込み方法は2つある。

- ① 所在地のハローワークに直接出向いて求人を申し込む
- ② ハローワークが運営する「インターネットサービス」を利用する。

■ 求人作成

✓ 求人作成は、企業自らが行う（記入方法等のマニュアルを参考に作成する）

■ 選考時

- ✓ 副業・兼業人材の選考は企業が行う。
- ✓ ハローワークから求職者の紹介を受けた場合やオンライン自主応募があった場合、選考結果をハローワークに連絡する。

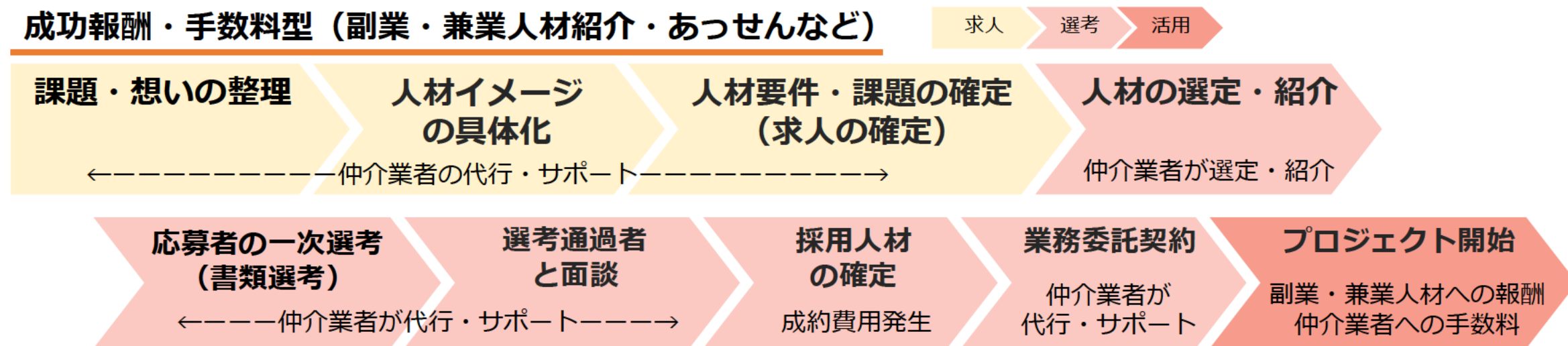
■ まとめ

✓ 行政サービスなので、掲載費用等のコストは発生しない。利用企業にとってリスクが少ない。

■ 副業・兼業人材活用サービスの種類（成功報酬・手数料型）

【サービスの流れ】

成功報酬・手数料型（副業・兼業人材紹介・あっせんなど）

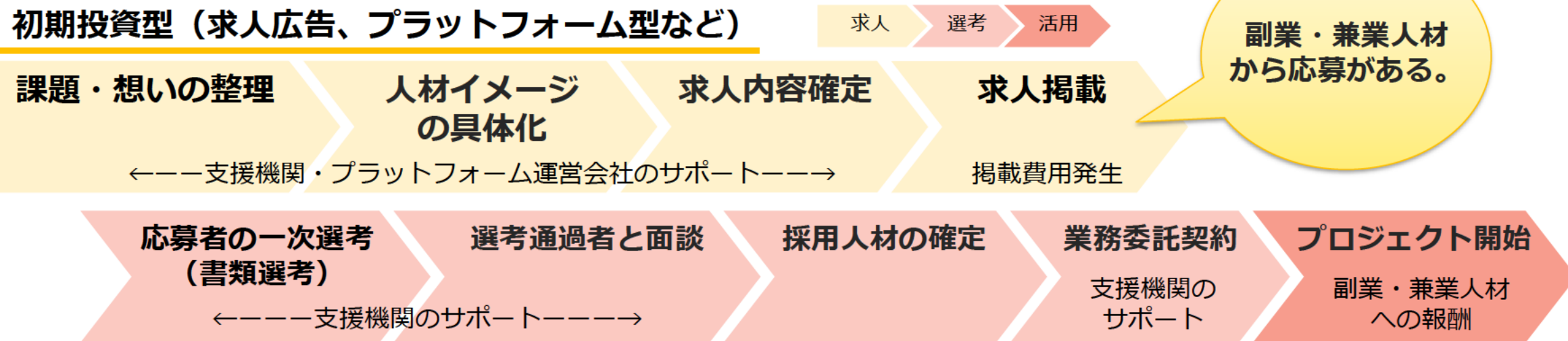


- 仕組み
 - ✓ 副業人材を、仲介業者が、紹介・あっせんするため、企業の求人に合わせた一定水準を満たした人材と面談できる。
- 求人作成
 - ✓ 仲介業者が支援または代行し、必要な人材要件を作成する。
- 選考時
 - ✓ 面談に同席するなど、仲介業者が支援または代行するので、人材選考に自信のない企業側にとっては安心感がある。
 - ✓ プロジェクトの進捗や人材・企業双方の状況把握など、円滑にプロジェクトが進むように仲介業者が支援するサービスもある。
- まとめ
 - ✓ 求人作成をし、人材を紹介・選考するまで費用が掛からないが、採用後にマッチング費用が発生する。
 - ✓ 採用後もサポート費用として毎月手数料が発生するなど、サービスにより費用体系が異なる。

■ 副業・兼業人材活用サービスの種類（初期投資型）

【サービスの流れ】

初期投資型（求人広告、プラットフォーム型など）



■ 仕組み

- ✓ 各社が運営する「副業・兼業人材マッチングプラットフォーム」に求人を掲載し、応募を待つ。

■ 求人作成

- ✓ 求人掲載時に「掲載費用」が発生する。
- ✓ 求人作成時は、支援機関やプラットフォーム運営会社が支援する。

■ 選考時

- ✓ 副業・兼業人材の選考は企業が行う。支援機関の支援が入る場合もある。

■ まとめ

- ✓ 求人掲載時に費用が発生するものの、採用時の成功報酬や稼働月に応じた手数料が発生しないため、安価に利用できる。
- ✓ より条件に合った副業・兼業人材が集まってくるよう、求人に工夫をこらし、選考時の負担を減らす努力がなされている。

副業・兼業人材活用の流れ

(求人～プロジェクト進行)

- 副業・兼業人材活用 成功のポイント
- 1. 求人の書き方
- 2. 選考時の基準やコツ
- 3. 契約時の注意事項
- 4. プロジェクトの進め方
- 5. 成果と課題

■副業・兼業人材活用 成功のポイント

【各フェーズごとに成功のポイントを整理する】

求人

選考

活用

1. 求人の書き方

- 課題の整理。副業・兼業人材のイメージ
- 経営者の想いに共感。地元貢献。地方創生。

2. 選考時の基準やコツ

- 一緒にプロジェクトを進めるイメージが湧くか
- コミュニケーション（会話）がちゃんとできる人かどうか（一方的でないか）

3. 契約時の注意事項

- 機密保持契約は必ず
- アドバイスだけか？実行までか？

4. プロジェクトの進め方

- 社員とプロジェクトチームを組む、など。

5. 成果と課題

- 成功のヒント。課題から学ぶ。

1.求人の書き方

【求める副業・兼業人材と出会うためのポイント】

求人

選考

活用

1.求人の書き方

- 課題の整理。副業・兼業人材のイメージ
- 経営者の想いに共感。地元貢献。地方創生。

2.選考時の基準やコツ

- 一緒にプロジェクトを進めるイメージが湧くか
- コミュニケーション（会話）がちゃんとできる人かどうか（一方的でないか）

3.契約時の注意事項

- 機密保持契約は必ず
- アドバイスだけか？実行までか？

4.プロジェクトの進め方

- 社員とプロジェクトチームを組む、など。

5.成果と課題

- 成功のヒント。課題から学ぶ。

1.求人の書き方

【求める副業・兼業人材と出会うためのポイント】

目次

(1)課題・実現したいことを整理

①

課題の整理 副業・兼業人材のイメージ

面談時に提案がもらえるよう、できるだけ明確な課題を提示

(1)参考：よくある課題

よくある課題

1. 課題と打ち手を整理したいが、一人ではうまくできない。
2. 人材確保を強化したいが、自社にノウハウが無い。
3. 販路開拓に取り組んでいるが、営業がうまくいっていない。
4. デジタル化を進めたいが、ITに詳しい人間がいない。
5. 新規事業を始めたいが、マーケティングがわからない。
6. ECを始めたが、思うように売上が伸びていない。
7. メディアに取り上げられたいが、PR方法がわからない。

(2)企業・経営者の想いや地域への想い

①経営者の想いに共感

副業・兼業人材は企業の力になりたい。本気で思える企業での副業を求めている。

②地方創生

「自分の好きな地域で働きたい」これが地方副業への動機になっている。

1.求人の書き方

【求める副業・兼業人材と出会うためのポイント】

詳細

(1)課題・実現したいことを整理

①課題の整理 副業・兼業人材のイメージ

面談時に提案がもらえるよう、できるだけ明確な課題を提示

- 何を実現したいのか。何を解決したいのか。できるだけ目標やゴールを明確にする。
- ただし、目的達成までの手法は明確でなくても良い。手法は副業・兼業人材からアイデアを募るので、副業・兼業人材のアイデアを縛ることのないよう注意する。
- その上で、どういう副業・兼業人材となら目的が達成できそうかを考える。

<取材企業の声・抜粋>

- どのような経験・人柄の方を探したらよいかイメージは沸いていなかった。支援機関と一緒に求める人物像をまとめていった。
- 課題を明確にできなかったため、課題の整理、壁打ちや優先順位付けなどから副業・兼業人材に依頼することにした。

企業が
すべきこと

何を実現したいのか、テーマはできるだけ一つに絞る

- 副業・兼業人材からの提案内容も重要な選考ポイントになる。副業・兼業人材の提案がばやけないようなるべく課題（実現したいこと）は1つに絞る。
- 「課題が明確にできない」も課題なので、課題整理から副業・兼業人材を活用するケースも多い。
- 求人を書く際に整理した課題や現状把握は、面談時でも活かせるので、できりる限りやっておく。
- あまり詳しく書きたくない場合は、面談時に詳しく話をする、でもよい。
- 次ページ【よくある課題】を参照。

1.求人の書き方

【求める副業・兼業人材と出会うためのポイント】

参考

(1)参考：よくある課題

よくある課題	詳細
<u>課題と打ち手を整理したいが</u> 、一人ではうまくできない。	<u>優先順位が付けられない</u> 。何から手を付けて良いかわからない。うまく言語化ができない。
<u>人材確保を強化したいが</u> 、自社にノウハウが無い。	<u>人事の専門家がいらない</u> 。見よう見まねでやってきた。属人的な人事評価制度を変えていきたい。
<u>販路開拓に取り組んでいるが</u> 、営業がうまくいっていない。	場当たり的な営業になっている。ターゲットや打ち出し方が正しいのか判断できない。 <u>ロジカルな戦略が組めない</u> 。
<u>デジタル化を進めたいが</u> 、ITに詳しい人間がいらない。	高齢の従業員が多く、IT化が難しい。 <u>何からIT化すべきかわからない</u> 。高コストのイメージが強く手が出せない。
<u>新規事業を始めたいが</u> 、マーケティングがわからない。	やり方がわからない。その事業で戦えるかどうかの <u>情報が乏しい</u> 。やってみたいが成功のイメージがつかない。
ECを始めたが、思うように <u>ECの売上が伸びていない</u> 。	運営する人がおらず放置されている。どこを <u>どう工夫すれば売り上げが伸びるのか</u> わからない。
<u>メディアに取り上げられたいが</u> 、PR方法がわからない。	そもそも <u>やり方を知らない</u> 。SNS等どう活用したらよいかかわからない。 <u>どのやり方が正解なのかを判断できない</u> 。

1.求人の書き方

【求める副業・兼業人材と出会うためのポイント】

詳細

(2)企業・経営者の想いや地域への想い

①経営者の想いに共感

副業・兼業人材は企業の力になりたい。本気で思える企業での副業を求めている。

- 副業・兼業人材は、副収入目的ではなく、やりがい・スキルアップ（LifeWork）を求めて副業先を探している。
- 「この事業は面白そう」「この企業の理念に共感した」「経営者の熱い思いに打たれた」
- こうした理由で応募し、活躍している。

＜副業・兼業人材の声・抜粋＞

- 募集要項に記載されていた社長の思いに共感し、応募。
- 事業に共感。いいものをつくっている企業の存在を広めるお手伝いを通じて、企業と顧客の橋渡しができればと考えた。

企業が
すべきこと

課題や実現したいことの背景に、経営者の想いがあると良い。

- こういう想いでこの会社を立ち上げた。今後こういう会社にしていきたい。こういう未来を創っていきたい…など、経営者の想いが重要。
- 実現したい理由の先にある、経営者の想いを求人を書くようにする。
- （例）販路を拡大し、より多くの人に届けたい。なぜならこの商品は私の目指す「皆が笑顔になる世界」の実現につながるから…など。

1.求人の書き方

【求める副業・兼業人材と出会うためのポイント】

詳細

(2)企業・経営者の想いや地域への想い

②地方創生・地元貢献

「自分の好きな地域で働きたい」これが地方副業への動機になっている。

- 地元に貢献したい。地方創生に興味がある。そういう思いで副業・兼業人材は地方で副業できる先を探している。
- これまで移住・転職でしか実現できなかったことが、今や「副業」という形で実現できるため、地元貢献・地方創生に挑戦するハードルは確実に下がっている。

<副業・兼業人材の声・抜粋>

- 自分自身が九州出身で地方の抱える問題が想像できたので、地方に役立ちたい想いもあった。
- 行政への貢献、東京以外の地域に対するサポートができればという思いから応募

企業が
すべきこと

解決したい課題や実現したいことの背景に、地域への想いがあると良い。

- 地域にとってなくてはならないであり続けたい。この地域が好きだからこそ、この地域が盛り上げることをやっていきたい…など。
- 実現した先にある地域への想いを求人に書くようにする。

2.選考時の基準やコツ

【選ぶ基準や面談までの準備】

求人

選考

活用

1.求人の書き方

- 課題の整理。副業・兼業人材のイメージ
- 経営者の想いに共感。地元貢献。地方創生。

2.選考時の基準やコツ

- 一緒にプロジェクトを進めるイメージが湧くか
- コミュニケーション（会話）がちゃんとできる人かどうか（一方的でないか）

3.契約時の注意事項

- 機密保持契約は必ず
- アドバイスだけか？実行までか？

4.プロジェクトの進め方

- 社員とプロジェクトチームを組む、など。

5.成果と課題

- 成功のヒント。課題から学ぶ。

2.選考時の基準やコツ

【選ぶ基準や面談までの準備】

目次

(1)選ぶ基準と面談までの準備（重要な項目順）

①企業に共感	企業や行っている事業、経営者の想い、地域への思い入れなどへの共感があるか。
②提案が具体的	提案が具体的かつ実現の可能性が高いもの。企業の事情をよく汲み取っているか。
③コミュニケーション力	意見の押し付けがなく、企業の状況や想いを確認しながら進めていけるか。
④熱意・人柄・主体性	経営者や担当者と同等以上の熱意で取り組んでくれるかどうか。
⑤専門知識等	自社の課題に対して必要な専門知識をもっているかどうか。

(2)オンライン面談の注意点

①オンラインの特徴	リアル面談とは違うことを認識し、うまく活用する。
-----------	--------------------------

2.選考時の基準やコツ

【選ぶ基準や面談までの準備】

詳細

(1)選ぶ基準と面談までの準備

①企業に共感

企業や行っている事業、経営者の思い、地域への思い入れなどへの共感があるか。

- 副業・兼業人材は、企業の理念や経営者の思いに共感し、事業をよく理解することで、主体性をもって取り組むことができる。
- 副業・兼業人材が主体的に取り組める環境をつくることが成功の力ギとなる。

＜取材企業の声・抜粋＞

- 選考で大事にしたのは、自社に興味があるかどうかだった。
- 年齢も若く同社へのレスポンスも的確で、実際の開発イメージがわいたこと、「長いおつきあいを」という話をいただいたことなどから、一緒に仕事をしたいと一番思えた。

企業が
すべきこと

自社への思い、事業への思い、地域に対する思い、をできる限り言葉にしておく。

- 何故解決したいのか、なぜ実現したいのか。実現した先に何があるのか。
- 理由に経営者の思いを伝えられるように準備しておく。

2.選考時の基準やコツ

【選ぶ基準や面談までの準備】

詳細

(1)選ぶ基準と面談までの準備

②提案が具体的

企業の課題に対して、提案内容が具体的か。企業の事情をよく汲み取っているか。

- 求人に書かれた企業の課題に対して、より具体的な提案が出てくるということは、その企業のことを調べ、課題に対して真剣に向き合っている証拠でもある。
- また、提案にあたって確認しておきたいことや、企業の事情・課題の背景などを、企業に質問してくる副業・兼業人材は、寄り添った提案ができる副業・兼業人材と言える為、満足度を得られやすい。

＜取材企業の声・抜粋＞

- 非常に提案力があつた。傾聴する姿勢と、押し出す姿勢のバランスがほどよく、会話のテンポもよかった。
- 資料を用意しての説明がわかりやすかったこと
- 同社の直近の課題に適切なアドバイスを得られそう。

企業が
すべきこと

解決したい課題や実現したいことを明確にしておく。

- 何故解決したいのか、なぜ実現したいのか。実現した先に何があるのか。
- ここに自社への想い、事業への想い、地域への想いなどが入っているとよい。
- 求人に書ききれない部分は、面談で話ができるように準備しておく。

2.選考時の基準やコツ

【選ぶ基準や面談までの準備】

詳細

(1)選ぶ基準と面談までの準備

③コミュニケーション力

意見の押し付けがなく、企業の状況や想いを確認しながら進めていけるか。

- 都市部と地方では、ビジネス環境は全く同じではない。
- 都市部のやり方が全て正解とは限らない中で、いかに地方企業の実情に沿った提案ができるか、が成功の力ギ。
- そのため、副業・兼業人材に求めるのは実情を把握するヒアリング力と提案の柔軟性である。

＜取材企業の声・抜粋＞

- きっちり会話ができること、企業の状況を理解したうえで提案できること。
- 話しやすそうか、一緒に働きやすそうか、「上から目線」でないか。
- 同社のビジョンや困っていることを伝え、どのような回答・提案が返ってくるのかといった反応を見た。

企業が
すべきこと

応募書類や面談の際、積極的に質問をしてくる副業・兼業人材を選ぶようにする。

- こうした副業・兼業人材を選ぶためにも、企業側は課題や現状を言語化しておくと良い。
- なお質問に全て答えられなくともよい。現状を副業・兼業人材に理解してもらうことが目的なので、現状を伝えることが重要。

2.選考時の基準やコツ

【選ぶ基準や面談までの準備】

詳細

(1)選ぶ基準と面談までの準備

④熱意・人柄・主体性

経営者や担当者と同等以上の熱意で取り組んでくれるかどうか。

- 「副業」という時間に制限のある副業・兼業人材活用方法において、スキルだけでなく、熱意や人柄・主体性もって取り組むことが、成功の力ギになる。
- 時間が限られているからこそ、お互いストレスなく、前向きにことを進めることが重要なポイント。

＜取材企業の声・抜粋＞

- 事業を進める以上、ビジネスにおける熱意が必要。
- お人柄が魅力的。明るく素直で、良いモノは良い、悪いモノは悪いと、想いと考えを込めてはっきり言ってくれる方。
- 課題を自分事ととらえて、主体的に考えられる方。

企業が
すべきこと

志望理由と面談時の提案内容に目を向ける。

- 志望理由および面談時の提案内容・質疑の中で、自社の為にどこまで準備してきたかが見えてくる。
- しっかりと調べて準備をしてくる副業・兼業人材は、その後のプロジェクトでも同様の対応を期待できる。
- 経歴やスキルのみには惑わされないよう注意することが大事。

2.選考時の基準やコツ

【選ぶ基準や面談までの準備】

詳細

(1)選ぶ基準と面談までの準備

⑤専門知識等

自社の課題に対して必要な専門知識をもっているかどうか。

- 企業に足りていない専門的な知識や考え方を副業・兼業人材から借りるのが、副業・兼業人材活用の魅力でもあることから、最低限の専門知識や経験も選考基準になる。
- ただし、あくまで最低限の専門知識やスキルであり、重要なのは、企業への共感度や提案の具体性、コミュニケーション力になります。

＜取材企業の声・抜粋＞

- 専門家としてリードして欲しかった
- 大手企業でCM制作業務に携わってきた経歴を高く評価。
- 社長の説明をもとにシステムとして設計できるシステムエンジニアを求めた

企業が
すべきこと

実現したいことを明確にし、最低限必要となるスキルや経験を整理する。

- 実現したいことを明確にすることで、必要となるスキルや経験も見えてくる。
- ポイントとなるのは、あくまで“最低限”のスキルと経歴であること。
- 企業への共感や提案内容、コミュニケーション力の方がより重視されるポイントである。

2.選考時の基準やコツ

【選ぶ基準や面談までの準備など】

詳細

(2)オンライン面談の注意点

①オンラインの特徴

リアル面談とは違うことを認識し、うまく活用する。

I. 開始前の準備

- 資料を見せながらの説明に適しているので、企業説明などは資料があるとより伝わりやすい。
- 紙媒体の資料は仲介業者などのサポートを受けて、電子媒体（PDFなど）にしておくが良い

II. 面接中のコミュニケーションの取り方

- 話すタイミングに気を付ける。タイムラグがあるので、相手の話終わりしっかり待って話すことを心掛ける。
- リアルに比べて相手の理解度がわかりにくいので、セクションごとに確認をする。
- 細かな表情の変化が伝わりづらいので、リアクションや相槌は大きくする。

企業が
すべきこと

慣れることが一番の近道。

- 仲介業者やプラットフォーム運営会社がサポート。
- 仲介業者によってはオンライン面談に同席することもある。

3. 契約時の注意事項

【業務委託契約などの手続きや契約期間について】

求人

選考

活用

1. 求人の書き方

- 課題の整理。副業・兼業人材のイメージ
- 経営者の想いに共感。地元貢献。地方創生。

2. 選考時の基準やコツ

- 一緒にプロジェクトを進めるイメージが湧くか
- コミュニケーション（会話）がちゃんとできる人かどうか（一方的でないか）

3. 契約時の注意事項

- 機密保持契約は必ず
- アドバイスだけか？実行までか？

4. プロジェクトの進め方

- 社員とプロジェクトチームを組む、など。

5. 成果と課題

- 成功のヒント。課題から学ぶ。

3. 契約時の注意事項

【業務委託契約などの手続きや契約期間について】

目次

(1) 契約について

① 業務委託契約	個人と直接契約を結ぶ。
② 機密保持契約（条項）	業務委託契約時に、 <u>機密保持契約の条項</u> を入れて締結する。
③ 契約書の準備	雛型を活用する。不安がある場合は、仲介業者や有料サポートも活用する。

(2) 契約期間は？

① 2～3か月	ゴールまでの道筋が見えており、任せる仕事も単一なものが多い。
② 半年～1年	もっとも多いプロジェクト期間。成果と進捗具合で期間延長することも多い。
③ 1年以上	経営者の相談役となり、多岐にわたる相談を受けているケースがある。

(3) 報酬は？

① 3～10万円／月	打ち合わせが「週1回、2週に1回、月1～2回」といった形の契約が多い。
② 10万円以上／月	契約によって仕事範囲・求める成果・稼働時間を詳細に決めて取り組む場合に多い。

3. 契約時の注意事項

【業務委託契約などの手続きや契約期間について】

詳細

(1) 契約について

① 業務委託契約

個人と直接契約を結ぶ。

② 機密保持契約（条項）

業務委託契約時に、機密保持契約の条項を入れて締結する。

- 機密情報や個人情報などを取り扱う業務を依頼する場合は、別途、秘密保持契約書（NDA）を結んでいる場合もある
- 機密情報にアクセスできないようにし、締結していない企業もある。

③ 契約書の準備

雛型を活用する。不安がある場合は、仲介業者や有料サポートも活用する。

- 一般的な業務委託契約書の雛型を活用している企業が多い
- 企業で雛型を用意していない場合に、副業・兼業人材側で準備するケースもある。
- マatching事業者が仲介する場合は、契約書の準備を代行する。
- 個人と直接契約する場合に、Matching事業者が提供する契約書を活用する。
- 契約に不安のある企業は、仲介業者のサポート（有料）を活用する。

企業が
すべきこと

契約事なのでしっかりと法務チェックを。

- 採用後に副業・兼業人材とのトラブルを避けるためにも、しっかりと準備することが肝要。
- 仲介業者やプラットフォーム運営会社が雛型を持っていることも多いので、そちらを活用する。
- ここで調整する必要があるのは[求める業務]と[報酬および支払い方法]です。

3.契約時の注意事項

【業務委託契約などの手続き】

詳細

(2)契約期間は？

① 2～3か月

ゴールまでの道筋が見えており、任せる仕事も単一なものが多い。

- 明確なゴール設定ができている企業に多い。

② 半年～1年

もっとも多いプロジェクト期間。成果と進捗具合で期間延長することも多い。

- やることは明確だが、その為の調査・分析を要する案件はこのケースが多い。

③ 1年以上

経営者の相談役となり、多岐にわたる相談を受けているケースがある。

- 企業の課題整理から始める案件はこのケースが多い。
- この場合、経営者にとって副業・兼業人材が「経営の相談役」になっていることが多く、一つの課題だけでなく多くのテーマに対して広く相談を受けることから契約期間が長期にわたることが多い。
- 1年やってみて良かったので延長したケースや、目標達成後に別のプロジェクトもお願いした延長になったケースもある。

企業が
すべきこと

- **優先順位を決める。**
- 期間を優先するかどうか。副業・兼業人材の質を見極めるために2～3か月お試し期間を設けるケースもある。
- 求めるゴールに応じてかかる期間は変わるので、面談時に副業・兼業人材の提案がどれくらいの期間を要する想定なのかを確認しておくことが肝要。
- 稼働時間に関して、時間単位で契約することもあれば、月1～2回の打ち合わせといった形で契約するケースも多い。

3.契約時の注意事項

【業務委託契約などの手続き】

詳細

(3)報酬は？

① 3～10万円/月

打ち合わせが「週1回、2週に1回、月1～2回」といった形の契約が多い。

- 稼働時間ではなく、月単位の報酬であり、その月ごとに進捗を追いかける。月によって打ち合わせ回数の増減もある。
- 地方創生・スキルアップを目的に副業する副業・兼業人材が多く、お金だけじゃない関係を築いている企業が多い。
- 中小規模の企業はこのケースがほとんど。

② 10万円以上/月

契約によって仕事範囲・求める成果・稼働時間を詳細に決めて取り組む場合に多い。

- 中規模以上の企業に見られる契約形態。
- しっかりと報酬が支払われる分、仲介業者が進捗確認に入るなど、プロジェクト期間中のサポートがある。

企業が
すべきこと

身の丈に合った契約形態を選ぶ。

- 報酬の大小によって副業・兼業人材の質が大きく変わるわけではない。
- 何を実現したいのかを整理することで、どういう副業・兼業人材を狙うかが変わってくる。
- 例えば、自社の課題整理から始めるフェーズなら、3万円/月1～2回打ち合わせ で充分など。

4.プロジェクトの進め方

【進め方のポイント】

求人

選考

活用

1.求人の書き方

- 課題の整理。副業・兼業人材のイメージ
- 経営者の想いに共感。地元貢献。地方創生。

2.選考時の基準やコツ

- 一緒にプロジェクトを進めるイメージが湧くか
- コミュニケーション（会話）がちゃんとできる人かどうか（一方的でないか）

3.契約時の注意事項

- 機密保持契約は必ず
- アドバイスだけか？実行までか？

4.プロジェクトの進め方

- 社員とプロジェクトチームを組む、など。

5.成果と課題

- 成功のヒント。課題から学ぶ。

4.プロジェクトの進め方

【プロジェクト進行における4つのポイント】

目次

<基本情報>

(1)副業・兼業人材の役割（アドバイスだけ？実行は？）

(2)具体的な活動について

(1)副業・兼業人材の役割（アドバイスだけ？実行は？）

①調査・分析
提案・助言・実行

調査・分析。戦略立案から、助言・実行まで。社員の育成にもつながる伴走支援。

②幅広い対応
プロジェクトリーダー

社長の右腕として経営の一端を担うことも。プロジェクトを任せるケースもある。

(2)具体的な活動について

①相談・現状把握

課題整理や言語化、事業の方向性を決める、マイルストーンを置く、等。

②連絡ツールの有効活用

離れていても円滑なコミュニケーションが取れる。

4.プロジェクトの進め方

【プロジェクト進行における4つのポイント】

目次

<おさえるべきポイント>

(3)社員への共有・理解

(4)副業・兼業人材をより活かすためのポイント

(3)社員への共有・理解

①プロジェクトチーム結成 事前説明と顔合わせ

社員と副業・兼業人材のプロジェクトチームを結成する。

(4)副業・兼業人材をより活かすためのポイント

①目的・役割の明確化

ゴールを明確にし、さらに役割も明確することで目標達成に近づく。

②副業・兼業人材への フォロー 社内リソースの確保

人事が働きやすいよう、環境を整える。同じ会社の仲間として接する。

4.プロジェクトの進め方

【プロジェクト進行における4つのポイント】

詳細

(1)副業・兼業人材の役割（アドバイスだけ？実行は？）

①調査・分析 提案・助言・実行

調査・分析。戦略立案から、助言・実行まで。社員の育成にもつながる伴走支援。

- 市場調査やデータに基づく分析を行い、戦略立案の提案を行う。
- その提案に従って助言するだけでなく、社員と一緒に手を動かしてくれる副業・兼業人材も多い。
- 人材リソースの足りていない企業においては、アドバイスだけで実際に実行できる人材がいないことが課題。
- 副業・兼業人材はそうした課題に対しても有効である。

<取材企業の声・抜粋>

- 社内外の市場を調査。アンケート等を駆使してそれぞれのニーズを明確化した。
- 数値を分析して告知時に誰をターゲットにしたらよいか設定。無駄なく効率的・効果的な手法を提案・支援
- 新商品開発について、企画提案、ターゲットの設定およびアポイントの獲得、実際の営業活動、プロモーションの提案に至るまで、案出しだけでなく実際のアクションの部分まで担当。

企業が
すべきこと

何をどこまでできるのか、面談時に明確にしていく。

- アドバイスだけでなく、どこまで手を動かしてくれるのか。面談時に提案と合わせて確認しておく。
- 報酬と合わせて副業・兼業人材とよく話をして決めていく。
- そのためにも何を実現したいのか、企業側はより明確にしていくことが求められる。

4.プロジェクトの進め方

【プロジェクト進行における4つのポイント】

詳細

(1)副業・兼業人材の役割（アドバイスだけ？実行は？）

②幅広い対応

プロジェクトリーダー

社長の右腕として経営の一端を担うことも。プロジェクトを任せるケースもある。

- 特定の業務だけでなく、相談役として経営者に寄り添い、傾聴・言語化していく。
- 新規事業の分野では、プロジェクトリーダーとして社員とチームを組むことが多い。
- 課題がうまく整理できないという課題を抱える企業は、こうした副業・兼業人材を採用し、課題の整理から優先順位付け、方向性決めなどを企業と二人三脚で進めていく。

<取材企業の声・抜粋>

- 取り組んでいる事業に関連する情報収集を積極的に行ってくれるので、いままでになかったビジネスチャンスが生まれている。
- 販路拡大以外にも社員では手が回らないことも依頼するとできる人がやってくれている。
- 経理から財務にまで発展。すでに経営の一部を担ってもらっている。

企業が
すべきこと

自社の現状を見つめ直し、副業・兼業人材の適切な役割を考える。

- 事前に、自社の現状をできる限り把握するように努める。その上で副業・兼業人材と話をすれば、副業・兼業人材にお願いする役割も明確にできる。
- 事前の現状把握は完璧でなくともよい。副業・兼業人材からのより効果的なサポートが受けられるようできる範囲で準備をしておくが良い。副業・兼業人材活用の主体はあくまで企業である。

4.プロジェクトの進め方

【プロジェクト進行における4つのポイント】

詳細

(2)具体的な活動について

①相談・現状把握

課題整理や言語化、事業の方向性を決める、マイルストーンを置く、等。

- 副業・兼業人材に、企業理解を深めてもらう。
- 課題の洗い出し、言語化、整理、優先順位付けなど、プロジェクトを進める前にしっかりと現状把握をする。
- 専門的かつ外部の視点を持つ副業・兼業人材との壁打ちで、課題の本質が見えてくる。
- 何をすべきかが、いつまでにやるか、明確なゴールを設定できる。

＜取材企業の声・抜粋＞

- 募集段階では、経営課題の抽出・整理が不十分であったが、副業・兼業人材に言語化してもらうことで、課題を明確にできた。
- 目標に向けて何を達成すべきか（各種調査、外部/内部環境の分析、強み/弱み、ポジショニング、自社サービスの価値定義など）を設定

企業が
すべきこと

最初の1～3か月は企業理解と現状把握を行う。

- 副業・兼業人材が企業と同じ目線で話ができるように、企業理解と現状把握を最初の1～3か月で行う。
- この段階で、想定していた課題よりも優先順位の高い課題に気づくこともある。
- 企業と副業・兼業人材が腹を割って話すことになるため信頼関係を築きやすく、プロジェクトが進みやすくなる。

4.プロジェクトの進め方

【プロジェクト進行における4つのポイント】

詳細

(2)具体的な活動について

②連絡ツールの有効活用

現地訪問

離れていても円滑なコミュニケーションが取れる。

- オンラインでの打ち合わせ、連絡手段は電話やメールだけでなく、チャットツールも活用。社員とプロジェクトチームを組む場合は、グループでやり取りができるツールが便利。
- 最低でも1回以上現地訪問があると、遠隔のコミュニケーションでもより円滑になる。

＜取材企業の声・抜粋＞

- 打ち合わせはオンライン。それ以外ではチャットツールを活用し、わからないことがあったらすぐに確認できるようにしている。
- 現地で実際の商品に触れることで、企業理解、自社製品への理解、現状把握がより鮮明になる。
- 1度でもリアルで会っておくと、その後のオンライン打ち合わせがよりスムーズかつ親密なものとなる。

リアルとオンラインをうまく使い分ける。

- 実際に現地に行き、実際の商品などに触れることでより企業理解・商品理解が深まるため、1度は副業・兼業人材に来てもらおうと良い。
- 通常はオンラインでの打ち合わせやチャットツールでのコミュニケーションが中心。
- 中でもグループで一斉に情報共有できるツールはがあると良い。
- プロジェクトごとに通信グループを分けることもできる為、複数の案件に副業・兼業人材が絡む場合だと進捗管理もしやすい。

企業が
すべきこと

4.プロジェクトの進め方

【プロジェクト進行における4つのポイント】

詳細

(3)社員への共有・理解

① プロジェクトチーム結成 事前説明と顔合わせ

社員と副業・兼業人材のプロジェクトチームを結成する。

- 社内にノウハウを蓄積することできる為、副業・兼業人材と社員とのプロジェクトチームを立ち上げ、取り組むと良い。
- 副業・兼業人材活用はあくまで企業が主体であることを考えれば、副業・兼業人材と社員とのコミュニケーションが大事になってくる。その為、現地訪問時に社員と顔合わせを行うなど、社員と副業・兼業人材との距離を縮めるべく、初回打ち合わせをリアルで行うところもある。

<取材企業の声・抜粋>

- 内製できる体制を構築。副業・兼業人材のサポートのもと、社内の担当者が運用実務を担当している。
- 社員へ伝えたところ、歓迎し、仕事に対するモチベーションも上がった。
- 最初の現地訪問時に一緒に食事をするなど融和するようにしていた。今では従業員が、分からないことを副業・兼業人材に直接聞ける関係性。

企業が
すべきこと

副業・兼業人材とはできる限りリアルでの顔合わせを行う。

- 副業・兼業人材を活用する取り組みは、新規事業など会社全体に関わるプロジェクトも多い。
- そのため関係者はもちろんこと、関係者以外も副業・兼業人材がどのような働きをしているのか、知ることによってプロジェクトがスムーズに進む。
- 社内にノウハウを残すことを考えても、副業・兼業人材と社員のチームはメリットが大きい。

4.プロジェクトの進め方

【プロジェクト進行における4つのポイント】

詳細

(4)副業・兼業人材をより活かすためのポイント

①目的・役割の明確化

ゴールを明確にし、さらに役割も明確することで目標達成に近づく。

- より明確な目的を定めることでやるべきことがはっきりし、目標達成に向けた動きをイメージしやすくなる。
- 副業・兼業人材の役割分担を明確にすることで、副業・兼業人材の限られた時間を有効に使うことができる。副業・兼業人材が動きやすくなる環境を整えている。
- 企業が独断で決めるよりも副業・兼業人材と話し合って決めしていく方が、より成功しやすい。

＜取材企業の声・抜粋＞

- 副業・兼業人材の活用は、目的達成のための手段。自社の課題や目指すゴールが明確であることが大事。
- どういう副業・兼業人材を選ぶかということよりも、どういうゴールにコミットするか、そのために企業として副業・兼業人材をどう活用するか（副業・兼業人材にどうコミットしてもらうか）を決めることのほうが重要

企業が
すべきこと

明確なゴールと役割を副業・兼業人材とともに定める。

- 副業・兼業人材と話し合いゴールおよび役割設定をすることで、同じ方向を向いた仕事ができる。
- 大事なのは、お互いが納得した中で決めたものであること。

4.プロジェクトの進め方

【プロジェクト進行における4つのポイント】

詳細

(4)副業・兼業人材をより活かすためのポイント

②副業・兼業人材への フォロー

社内リソースの確保

副業・兼業人材が働きやすいよう、環境を整える。同じ会社の仲間として接する。

- 副業・兼業人材と言えど、一人の人間。副業先で孤立しては力が発揮できない。
- 同じ会社の一員として、仲間として接することでそのスキルや経験が生かされる。
- 社員にとってもノウハウを吸収するチャンス。副業・兼業人材に任せっきりにするのではなく、一緒に取り組む環境をつくる。お互いの相互理解を深めることが成功の力ギ。

<取材企業の声・抜粋>

- 仲間のように受け入れ、業務マニュアルをきちんと説明したり、忙しい時にフォローしてあげられるようにすることが重要。
- 副業・兼業人材の活用を本質的に機能させるためには、副業・兼業人材が提供するノウハウやリソースを、社内の担当者側が十分に生かせることが必要になると考える。

企業が
すべきこと

副業・兼業人材を孤立させない環境を整える。

- 副業・兼業人材を一人の社員として迎え入れることができるかがポイント。
- そして副業・兼業人材のノウハウを吸収し、一緒にプロジェクトを進めていける社員も確保することで、社内にノウハウが蓄積され、内製化されていく。最終的には、副業・兼業人材に頼り切らず自走できることを目指す。

5.成果と課題

【副業・兼業人材を活用して何を得られたか。良かった点、悪かった点】

求人

選考

活用

1.求人の書き方

- 課題の整理。副業・兼業人材のイメージ
- 経営者の想いに共感。地元貢献。地方創生。

2.選考時の基準やコツ

- 一緒にプロジェクトを進めるイメージが湧くか
- コミュニケーション（会話）がちゃんとできる人かどうか（一方的でないか）

3.契約時の注意事項

- 機密保持契約は必ず
- アドバイスだけか？実行までか？

4.プロジェクトの進め方

- 社員とプロジェクトチームを組む、など。

5.成果と課題

- 成功のヒント。課題から学ぶ。

5.成果と課題

【副業・兼業人材を活用して何を得られたか。良かった点、悪かった点】

(1) どのような成果が期待できるの？

①目標の達成	掲げていた目標を達成。やりたいことを実現できた。
②社員の育成・成長	副業・兼業人のノウハウや仕事に対する姿勢など、社員の成長につながっている。
③有益情報の獲得	自社だけでは得られなかった情報を得ることができた。

(2) よくある課題と副業・兼業人材活用後

(3) 成功事例（なぜうまくいったのか？）

(4) 失敗事例（成果が出なかった要因は？）

5.成果と課題

詳細

【副業・兼業人材を活用して何を得られたか。良かった点、悪かった点】

(1) どのような成果が期待できるの？

① 目標の達成

掲げていた目標を達成。やりたいことを実現できた。

- 明確なゴールにたどり着いた成果もあれば、目に見える成果ではないが順調に成長している等、前向きな結果を得られている。
- 少なくとも、挑戦した事業が確実に動き出しており、動き出して得られた発見も企業の財産になっていると言える。

＜取材企業の声・抜粋＞

- ゴール設定した、4か月間で新サービスプランの開発、という事が実現できた
- 副業・兼業人材のおかげでホームページの改修が実現、特にオンラインで宿泊予約が可能になったのは大きな成果。

② 社員の育成・成長

副業・兼業人のノウハウや仕事に対する姿勢など、社員の成長につながっている。

- 副業・兼業人材はいつまでも会社にいるわけではないため、社員がノウハウを吸収し、内製化していく必要がある。
- 社員の成長により、中長期的な成長が期待できる環境になったことは企業にとって大きなメリットと言える。

＜取材企業の声・抜粋＞

- 相手が欲しがっている情報や商品の魅力を伝える方法など、的確に資料にまとめてくれるので、営業戦略の勉強になった。
- その知見を借りて当該社員をEC担当者として育成していきたいという意向を伝えており、実際それが実現しつつある。

5.成果と課題

詳細

【副業・兼業人材を活用して何を得られたか。良かった点、悪かった点】

(1)どういう成果が期待できるの？

③有益情報の獲得

自社だけでは得られなかった情報を得ることができた。

- 日常業務に追われ、なかなか新しい情報を入手しづらい環境において、副業・兼業人材が代わりに情報収集し、取捨選択した質の高い情報を得られるのは大きなメリットと言える。

＜取材企業の声・抜粋＞

- 都心の最前線で働いているため、持っている情報の質も量も私たちと全然違う。
- 実現イメージの具体化も早い。「この人に相談すれば何でもできる」という信頼感がある。

(2)よくある課題と副業・兼業人材活用後

よくある課題	副業・兼業人材活用後
課題と打ち手を整理したいが、一人ではうまくできない。	経営者のイメージを言語化。課題の意優先順位をつけ、最優先課題から取り掛かっている。
副業・兼業人材確保を強化したいが、自社にノウハウが無い。	社員全員をヒアリングし、その企業に合わせた人事制度の構築を実現。
販路開拓に取り組んでいるが、営業がうまくいっていない。	市場調査から分析を経て、新たな客層をターゲティング。自社の強み弱みも分析し、誰に何を提案していくか、極めて論理的に定めることができた。
デジタル化を進めたいが、ITに詳しい人間がいない。	手書きだった社内日報をシステム化。高齢の従業員でも使えるよう丁寧に説明し運用に至った。
新規事業を始めたいが、マーケティングがわからない。	テストマーケティングを行い、大まかな方向性を打ち出せた。
ECを始めたが、思うように売上が伸びていない。	誰に何を販売していくべきかから議論し、新たにEC販売用の商品をブランディングした。
メディアに取り上げられたいが、PR方法がわからない。	世界情勢と絡めた内容で展開し、新聞社など2社から取材の申し込みがあった。

5.成果と課題

詳細

【副業・兼業人材を活用して何を得られたか。良かった点、悪かった点】

(3)成功事例（なぜうまくいったのか？）

①明確なゴール設定	企業が何を実現したいのか、あらかじめ整理して明確にした上で、副業・兼業人材に依頼することが重要。
②チェック機能	社内でさまざまな社員が行う業務を、 <u>社外の立場から細やかにチェックし、的確な指摘を受けることができるのは、社員ではない副業・兼業人材ならではの視点・知見によるところが大きい。</u>
③伴走・対話	副業・兼業人材は、ミーティングなどにおいても、アイデアを一方的に出してくるのではなく、 <u>企業側のアイデアを引き出そうとしてくれる姿勢がある。</u>
④成功体験	取り組みを始め、小さな成果を重ねて、それが次第に「形」になりはじめた結果、社内の共感を得て、全体的に変わりはじめた。
⑤期限の設定	取り組みの成果が顕在化するまでには時間がかかることもある。 経営者としては、その時間やかけるリソースを許容し、長い目で待つ必要がある。
⑥企業が主体	副業・兼業人材は、実行のための知見やスキルを提供し、実行をサポートしている存在。 <u>「実行は自社にかかっている」ということを常に念頭に置く必要がある。</u>

5.成果と課題

詳細

【副業・兼業人材を活用して何を得られたか。良かった点、悪かった点】

(4)失敗事例（成果が出なかった要因は？）

①ゴール設定が不十分

目標実現のために副業・兼業人材にどう稼働してもらうかを決めること。
本来は経営者がやりたいことをタスクレベルに落とし込んで、わかりやすいミッションを設定すべき。新規事業を手探りで進める中、ミッション設定が思うようにできていなかった。

②基準がない

どれだけ仕事をしてもらえばいいのか？がわからず最初は戸惑いがあった。
副業・兼業人材にコミットしてもらう範囲（時間・成果など）を明確に定めていなかった

③一方的

一方的にアイデアを出してくる姿勢が見られ、今後の議論の継続性に懸念があった。

④多忙

5人採用したため対応に追われてしまった。
企業側担当者が多忙になり、副業・兼業人材とのプロジェクトにリソースを割くことができなくなった。多忙によって案件が止まらないよう業務遂行体制を整えることが不可欠。

⑤スケジュール管理

自分でタイムコントロールが可能な方か否かなどで業務時間について制約がある

⑥副業・兼業人材のスキル

イベント企画が継続できていない。適した副業・兼業人材ではなかった。

⑦遠慮

言うべきことが言えないなど、最初はお互いに遠慮をしてしまった。

副業・兼業人材 まとめ

成功のカギ
最後に

■まとめ 成功の力ギ

【成功の分かれ目はどこにあったか】

副業・兼業人材活用において、大きく分けて3つの重要なフェーズ（求人/選考/プロジェクトの進め方）がある。
下記フェーズのそれぞれに副業・兼業人材活用の成否が分かれるポイントがあった。

求人

- 副業・兼業人材の興味・共感を得られる求人だった（経営者の想いや地域への想いが十分だった）
- 解決したい課題や実現したいことが明確だった
- ×事業への共感はあまりなく、主体的な動きが少なかった。課題が不明瞭でお互いの期待値が合わなかった。

選考

- 明確なゴール設定ができていた。
- 副業・兼業人材の経歴ではなく、ゴールに対しての提案内容を議論できた。
- 副業・兼業人材のコミュニケーション力が十分だった。企業に寄り添った会話のできる副業・兼業人材だった。
- ×副業・兼業人材の経歴で選考。優秀な方だったが、上から目線で一方的な提案が多く、自社では対応できず続かなかった。

活用

- ゴール設定と副業・兼業人材の役割が明確だった。
- 副業・兼業人材のフォローは充分だった。
- 社内のリソースをうまく割くことができた。
- ×とても良い提案だったが、実行できる社員がおらず。結果的に副業・兼業人材も孤立してしまい、契約解除となった。

■最後に

【クレジット・問い合わせ先】

令和4年度新産業集積創出基盤構築支援事業
(地域外高度人材誘致手法分析・広報事業)
2023年3月

(発行)
経済産業省地域経済産業グループ
地域経済活性化戦略室

(企画 製作 編集)
株式会社みらいワークス

(取材 編集)
一般社団法人プロフェッショナル&
パラレルキャリアフリーランス協会
大崎哲也
渡邊了太
株式会社みらいワークス

(お問い合わせ先)
経済産業省地域経済産業グループ
地域経済活性化戦略室
03-3501-1697

協力企業・団体（順不同）

- ・ NPO法人北海道エコビレッジ推進プロジェクト
- ・ 株式会社洋電社
- ・ 合同会社前田彌門
- ・ 有限会社秋田かまくらミート
- ・ 有限会社千葉恵製菓
- ・ 株式会社エヌ・アイ・テック
- ・ 有限会社しのぶや
- ・ 加藤金属工業株式会社
- ・ 株式会社小林自動車ボデー
- ・ パラリゾートちちぶ株式会社
- ・ 株式会社銚子スポーツタウン
- ・ 協和警備保障株式会社
- ・ 株式会社アトリエPOSY
- ・ オーエムネットワーク株式会社
- ・ 新潟市
- ・ 株式会社いせん
- ・ 有限会社中村海産
- ・ 株式会社小松プロセス
- ・ 株式会社二口製紐
- ・ 株式会社福井新聞社
- ・ インド料理店 RISHTA
- ・ 株式会社片岡ケース製作所
- ・ みのライス株式会社
- ・ 株式会社アークティーエス
- ・ むかし田舎体験 水車むら
- ・ 株式会社くればあ
- ・ 渡辺精密株式会社
- ・ 協同海運株式会社
- ・ Kumano Berry（口熊野かみとんだ山桃会）
- ・ NPO法人G-net
- ・ 株式会社リクルート
- ・ JOINS株式会社
- ・ きら星株式会社
- ・ 特定非営利活動法人エティック
- ・ 株式会社パソナJOBHUB

- ・ 株式会社鳥塚
- ・ 株式会社健幸プラス
- ・ 福大商事株式会社
- ・ NPO法人コミュニティリンク
- ・ いなばハウジング株式会社
- ・ あすとみらい 株式会社
- ・ 株式会社吉備総合電設
- ・ 株式会社バイタルリード
- ・ 株式会社中澤建設様
- ・ ひかわ食品加工株式会社
- ・ 松江市
- ・ 株式会社土屋
- ・ 岡山市
- ・ 株式会社瀬戸内ジャムズガーデン
- ・ 西部木工
- ・ 株式会社クリエアナブキ
- ・ 株式会社ソフトビレッジ
- ・ 高知県 商工労働部
- ・ 大森商機株式会社
- ・ 株式会社JiHAN
- ・ 株式会社サンコウ
- ・ 株式会社イネックス
- ・ 西研グラフィックス株式会社
- ・ 株式会社小嶋や
- ・ 株式会社旭タカロン
- ・ 株式会社栄工社
- ・ 株式会社フォルクスウェア
- ・ 株式会社KDS熊本ドライビングスクール
- ・ 株式会社岡田花店
- ・ 株式会社白谷塾
- ・ 株式会社太
- ・ 六月の村ソーシャルワーカーズ株式会社
- ・ 特定非営利活動法人ESUNE
- ・ エッセンス株式会社
- ・ 株式会社ママントレ
- ・ 株式会社トレジャーフット
- ・ 株式会社サーキュレーション
- ・ CAMELORS株式会社

■最後に

【参考・出典】

- 経済産業省 地域経済産業グループ 地域経済活性化戦略室
□ 地域の人事部
□ [HP]https://www.meti.go.jp/policy/sme_chiiki/jinjibu/index.html 
- 経済産業省
□ 兼業・副業を通じた創業・新事業創出に関する調査事業 研究会提言～パラレルキャリア・ジャパンを目指して～（平成29年3月）
□ [HP] <https://www.meti.go.jp/policy/economy/jinzai/tayou/tayou.html>
□ [PDF] <https://www.chusho.meti.go.jp/koukai/kenkyukai/hukugyo/2017/170330hukugyoteigen.pdf>  
- 経済産業省 関東経済産業局
□ 中小企業への「兼業・副業・兼業人材」活用推進におけるヒント集
□ [PDF] https://www.kanto.meti.go.jp/seisaku/jinzai/data/kengyo_hukugyo_hintshu.pdf 
- 中小企業庁 令和2年中小企業・小規模事業者人手不足対応ガイドライン等
□ [HP] https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/koyou/2020/200522hitodebusokugl_press.html
□ [PDF] https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/koyou/2020/200522hitodebusoku_guideline.pdf  
- 厚生労働省
□ 副業・兼業の促進に関するガイドライン
□ [HP] <https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000192188.html>
□ [PDF] <https://www.mhlw.go.jp/content/11200000/000962665.pdf>  
- 株式会社みらいワークス
□ 2022年度 首都圏大企業管理職に対する「地方への就業意識調査」
□ [HP] <https://mirai-works.co.jp/media-career/report/knock6555/> 

「出身地に貢献したい」という熱意ある人材と出会えたおかげで視野が広がり、売上向上が見込まれる。**福大商事株式会社**

代表者名 福谷圭一郎

資本金 1,000万円

従業員数 59名

設立年 1963年

所在地 京都府福知山市

企業HP <https://fukudai.biz/>**事業内容**

- 1963年に紙製品を中心に扱う卸売業として創業。現在は日用品を中心に情報機器や産業用資材など幅広い消費材を、北近畿エリアのスーパーやホームセンターへ販売している。

副業・兼業人材を採用した背景

- 卸売では営業担当がお客様に合う商品のみ選定し提案していたが、既存顧客からも「オンラインで商品リストを見たい、注文したい」という要望が上がってきていた。
- 創業から続く卸売業が行き詰まっているわけではないが、新しい事業の柱としてECの必要性は感じていた。しかしECに詳しい人材が社内におらず、取り組めていなかった。
- 金融機関から副業人材に関するチラシはもらっていた。しかし副業がまだ身近ではなく、正直関心を持てなかった。その後、普段から地域活動と一緒にしている方から強く勧められ、「信頼できる人からの話ならやってみよう」と思ったことがきっかけ。

実施内容と成果

- 副業人材の方には、新規事業として立ち上げるECサイトの商品選定についてのアドバイスを月2回（1回あたり約1時間半）、オンラインミーティングで実施いただいている。
- 契約は今のところ2か月おきに自動更新で継続。
- プロジェクトは現在進行中のため、まだ売上は出ていないが、仕事の進め方などで大きな刺激を受けている。

成功のポイント

①経営者との考え方が一致しており、②生まれ育った地域への貢献意欲が高いこと、③プロ人材と明確に目標を設定していることが大切。

考え方の一致**会社の考え方・ビジョンに共感してもらえるか**

- スキルは明確化していなかったが、「考え方が合うか」「当社のビジョンに共感してもらえるか」という点は重要だと考えて求人を作成。

思い入れの強さ**5名面接した結果、地域に対しての思い入れが強い方を採用**

- 京都出身で大手消費財メーカーの勤務の方。約20枚の資料を用意し「経験や知見を生かし、自分が生まれ育った京都に貢献したい」と語ってくれたため、この方しかいないと感じた。

目標設定**企業側の継続的な目標設定が重要**

- プロ人材と企業側で一致した目標設定が重要で、企業側が目標設定を継続的にを行い、プロ人材に示していく必要がある。

副業人材の圧倒的な情報量とネットワークを活用し、通販サイトが大きく改善！

株式会社小嶋や

代表者名

小島久美子

資本金

200万円

従業員数

7名

設立年

2017年

所在地

佐賀県伊万里市

企業HP

<https://imari-kojimaya.shop-pro.jp/>



事業内容

- どら焼きなどの和菓子や地元農産品の製造・販売。

副業・兼業人材を採用した背景

- ネット販売の収益改善をはじめ、さまざまな事業課題について外部人材の知恵を借りたいと思っていた。
- 地元信用金庫の紹介で副業人材の活用を決断。
- 小規模事業者は専門知識や豊富なキャリアを積んだ人材とコンタクトを取る手段が頻繁にあるわけではない。副業人材の活用により、ビジネストレンドを知る貴重な機会となり得ることも魅力的だった。

実施内容と成果

- マーケティングや事業支援を行っている50代の企業経営者と契約。
- 週1回のオンラインミーティングをベースに、ネット販売を拡大するための通販ページの見直しに着手。
- ホームページへのアクセスを調査し、タブレットやスマホなどのモバイル機器からのアクセスが多いと分析。モバイル機器で見やすく、買いやすいシステムにリニューアル。取引先や顧客から好評を博している。売上も徐々に上がってきており、今後に期待が持てる。

成功のポイント

①解決したい課題を絞り込み、②それに見合ったスキルや提案力がある人材を選考。③圧倒的な専門的知見に基づき背中を押してもらえる。

課題絞り込み	売上拡大に向け、ネット販売強化に課題を絞った
➤ 売り上げを伸ばすための経営課題は多岐に渡るが、あれもこれもと追求すると解決策が曖昧になる。今回はネット販売の拡大に絞り込み、適切な人材を募集した。	
総合力	経験値、安定感、提案力が決め手
➤ マーケティングに携わってきた経験値と、年齢から感じる安定感や話しやすさがポイントになった。また、応募時から課題を発見し解決策を提案する積極姿勢も決め手になった。	
専門的知見	専門的知見を基に「背中を押される」安心感
➤ 圧倒的な専門知識や情報を提供してもらい、刺激を受けた。仕事のスピード感も段違い。経営判断の際に専門的知見からアドバイスをもらうことができ、自信を持って取り組めた。	

障がい者の活躍の場を作るため、新たに食品の製造・販売に挑戦。必要なノウハウを副業人材から獲得。**株式会社クリエアナブキ**

代表者名 上口裕司

資本金 1億円

従業員数 102名

設立年 1986年

所在地 香川県高松市

企業HP <https://www.crie.co.jp/>**事業内容**

- 人材紹介をはじめ、業務の効率化・生産性アップのためのBPOやオフショア、社員研修の企画実施など、企業の人事戦略の課題を解決するための多彩なサービスを提供。

副業・兼業人材を採用した背景

- 障がい者雇用支援事業の一環として黒ニンニク製品を製造していたが、事業拡大&雇用増を目指して自社販売の検討を始めた。しかしながら、商品販売及び販売を前提とした食品の製造は未経験であり、食品の製造・販売に関するノウハウを必要としていた。
- 以前から当社の事業として副業人材サービスを手がけており、当社内でも別の部門で既に副業人材を活用していた。
- 今回は、必要に応じて都度アドバイスを得られれば十分と考えており、常勤・フルタイムで働いてもらう必要性を感じていなかったため、副業人材の活用が適していると考えた。

実施内容と成果

- 食品の製造・販売に関する知見を持っている方とマーケティングの知見を持っている方、計2名を採用。
- 黒ニンニク製品の販売開始に向け、最初に「食品衛生許可の取得」というミッションを設定。そのための仕組みや環境構築に関する助言を副業人材からもらい、当社の担当者が実施するという流れで進めた。その結果、2ヶ月ほどで許可を取得できた。
- マーケティング人材には消費者アンケートを実施していただき、ターゲット分析を行った。
- その分野のプロが一緒という心強さと、何かあった時にすぐ聞けるという安心感を感じた。

成功のポイント

- ①必要なスキルに加えて、障がい者雇用支援への関心も重視。②今後の展開も見据えた人材を採用し、③実態に即したアドバイスを依頼。**

雇用支援の関心**障がい者雇用支援に関心・共感を持っていることも重視**

- 食品製造・販売（販売許可申請・HACCP等）に関する知見を持っていることに加え、障がい者雇用支援に関心・共感を寄せていただいている方をお願いしたいと考えた。

現地在住者**現場で指導してもらえる香川県在住者を選定**

- 許認可申請にあたり現場で指導を頂きたく、香川県在住で食品製造に詳しい方を採用。
- マーケティング活動に着手するため、応募動機に熱意を感じたマーケティング人材も採用。

人材側の提案**現場を見てもらった上で、実態に即したアドバイスを依頼**

- コミュニケーションは「Kintone（キントーン）」を利用し、チャットのように実施。
- 現場を見てもらい、経験者のノウハウを基に当社に合った提案を検討・助言してもらった。

該当エリアの営業経験を持つプロ人材と組み、新規事業の販路開拓を推進！

西研グラフィックス株式会社

代表者名

西村 譲治

資本金

4,000万円

従業員数

120名

設立年

1950年

所在地

佐賀県神埼郡吉野ヶ里町

企業HP

<https://www.seiken-g.com/>



事業内容

- 1950年に創業し、新聞印刷機の製造をはじめ、新聞の搬送装置（CSGキャリア）や付属機器など、新聞関連機器のメーカーとして事業を展開。

副業・兼業人材を採用した背景

- 近年の新聞印刷部数の落ち込みで、将来が不安になった。そこで、異種業に自動化機器を納入する新規事業を始めることを決め、販路拡大を検討。
- 以前、別のハンズオン支援を利用したこともあった佐賀県のプロフェッショナル人材戦略拠点から案内があり、副業人材の活用を決断。

実施内容と成果

- 近隣に住んでおり、製造業の経験かつ営業の経歴を持つ人材を採用。
- 新規営業は副業人材に任せるが、見積もり依頼をいただいた後は当社が受け持つ形の業務委託契約を副業人材と締結。
- 月間30時間稼働の中で、副業人材の人脈を使って九州近郊の会社に営業活動を実施。さらに、顧客リストを副業人材に渡して新規顧客獲得も実施。
- 副業人材と情報共有を綿密に行ってPDCAを速やかに回すことで、後回しになりがちな新規開拓を計画通りに進捗させることができた。

成功のポイント

- ①人材紹介会社と人物像を明確にし、②伴走支援を期待できる人を採用。
③新規顧客開拓専門人材とすることで、新規開拓が進んだ。

明確化	地方×営業人材の実績を持つ人材紹介会社と人物像を明確化
➤ 初めて副業マッチングサービスを利用するため、人材紹介会社と協議しながら求める能力や経験を明確にし、条件に合った人材をピンポイントでスカウトするなど支援してもらった。	
伴走支援	専門性に加え、販路開拓を伴走支援いただけそうな方を採用
➤ 営業チームの一員として販路開拓を伴走支援してもらうために、円滑な人間関係構築を期待でき、社員も違和感なく一緒に働けそうな人柄の人材を採用。	
PDCA	情報共有を綿密に行い、PDCAを速やかに回した
➤ 方針の転換や営業先業界の変更等など、営業活動の情報共有を副業人材と綿密に行い、PDCAを速やかに回した。	

プロ人材の力を借りて情報発信力を強化。求人応募者が1年間で1,000人に倍増した！

株式会社土屋

代表者名 高浜敏之
資本金 3,000万円
従業員数 2,121名
設立年 2020年
所在地 岡山県井原市
企業HP <https://tcy.co.jp/>



実施内容と成果

- 計3名を採用。スキルは「企業ブランディング」「広報」「WEBマーケティング」。
- それぞれ企業ブランディング、広報、WEBマーケティングの各プロジェクトに参加。プロ人材と社員からなるチームで役割分担しながら推進。
- コミュニケーションは、各プロジェクト毎に、随時チャットツールを活用してやり取り。
- 求人の応募者が1年目の500名から1,000名へと倍増。採用も月間10名から100名まで急伸。採用コストも当初の3分の1まで減らすことができた。

事業内容

- 全国各地で重度訪問介護サービスをメインとして提供。他にも、訪問看護ステーション、デイサービス運営や重度訪問介護ヘルパーを育成するための教育研修事業も展開している。

副業・兼業人材を採用した背景

- 人材確保が重要な業界のため、採用活動について課題感を持っていた。
- 事業理念・ブランドの方向性は固まっていた。このコーポレートアイデンティティを一般の人にも分かるように、プロ人材の力を借りて発信力を強化し、採用強化に繋がりたいと思った。

成功のポイント

- ①経営理念を理解し共感してくれる人を求め、②面接時の会話の中から総合的に判断し採用。③チームの一員としてプロジェクトに参画。**

理念に共感

事業のミッション、ビジョン、バリューを考えられる人

- 経営理念を大切にしているので共感してくれることを重視。
- 社会課題解決型の企業なので、社会性や倫理性を理解してくれる方。

事業への関心

当社の事業に対する共感性や、理解のある方を採用

- 当社の事業に興味があるかどうかを一番重視した。会社説明をした時の聞いている態度や質問内容、経歴を総合的に判断して採用。

役割分担

3つのプロジェクトのチームを組成と役割を明確に

- プロジェクト毎に専門家と社員からなるチームを作り、役割分担しながらブランディングに注力。

新規事業に必要な各分野の副業人材を7名採用。社員を交えたチームで活動し、ノウハウを社内に吸収。**協和警備保障株式会社**

代表者名 小宮武之

資本金 2,000万円

従業員数 2,400名

設立年 1974年

所在地 千葉県千葉市

企業HP <https://www.kyowakeibi.co.jp/>**事業内容**

- 札幌から沖縄まで全国に拠点を持つ総合警備会社。商業施設やオフィス、物流倉庫などの警備・保安業務を行う。
- グループ会社では建物の設備管理事業も手掛ける。

副業・兼業人材を採用した背景

- 警備と建物管理が主な事業で、人気のある業界ではない。人手不足の影響も受けやすい。少子高齢化の中で数十年後も会社を存続させるには、今から新たな事業が必要と考えた。そこで2020年に社内プロジェクトを発足。事業アイデアはたくさん出たものの、新規事業の推進経験を持つ人材が社内にはいないため、その先を進めるにあたっては不安があった。
- そんな時、加盟経済団体から、千葉市の副業人材を使った「新規事業創出支援事業」を紹介してもらい、説明会に参加した。新規事業で社員を採用するのは敷居が高い。事業がうまくいかなかった時に配置をどうするかが問題となる。しかし副業人材はそうした心配が無い。そこで、一度試してみようと考えた。

実施内容と成果

- ITやマーケティング、事業推進、ファイナンス、技術など各分野に精通する計7名を採用。社員8名との混成プロジェクトチームを結成した。
- 週1回のチーム会議と、月1回の全体会議でコミュニケーションを取り、検討を推進。
- プロジェクト期間を明確にはしていないため、プロジェクト自体の成果は出ていない。しかし副業人材と取り組んだ結果、あるアイデアが社内審査を通り事業化に向けて進行している。
- 副業人材のおかげで、新規事業のプロセスを理解できたことも大きな成果。社員も副業人材からノウハウを吸収して、新規事業担当者として胸を張れるほど成長を遂げている。

成功のポイント

①社員と共に当事者意識を持って推進してくれる方を募集。②各業務分野のプロを1名ずつ採用、③社内にプロジェクトチームを組成。

豊富な知見**各分野に精通する人材を複数人集める**

- 新規事業には多様な知見が必要、各分野に精通する人材をそれぞれ集めたかった。
- ただし、外部からアドバイスするだけのコンサルタントは望まない。

プロを採用**新規事業立ち上げに関する各業務のプロを1名ずつ採用**

- 同じ分野で複数の副業人材を集めても意味が無い。各分野で最も秀でた方を選び、最終的に一緒に仕事をしたいと感じた7名を採用。

PJチーム結成**副業人材と社員の混成プロジェクトチームを結成**

- 副業人材7名と社員8名でプロジェクトチームを結成。チームを2つに分け、それぞれ週1で会議を実施。雑談できる機会として、週1回始業前のオンライン会議も任意参加で実施。

コロナ禍による環境変化をきっかけに副業人材を活用。事業面でも組織面でも推進に成功

NPO法人北海道エコビレッジ推進プロジェクト

代表者名 坂本純科
資本金 —
従業員数 常勤スタッフ2人、他ボランティア多数
設立年 2009年
所在地 北海道余市郡余市町
企業HP <https://ecovillage.greenwebs.net/>



事業内容

- 「持続可能な暮らしと社会」を創造するための技術や考え方を学び、広めているNPO法人。
- 主な事業は、一般及び学生向けの講座・研修（年間約1000人のビジター受け入れ）、地元の役場や観光協会と提携して移住促進や体験ツーリズムの受け入れ等。

副業・兼業人材を採用した背景

- 【事業面の課題】新型コロナウイルスの影響で、海外へ行けなくなった高校の教育旅行や大学単位のSDGs教育研修問い合わせの増加。オーダーメイドでのカリキュラム作成、旅行代理店や学校側への対応などを代表1人で担当しており、業務が回らない状態に陥っていた。また、研修コンテンツは学習効果のあるものにしたいという想いは強く、大規模研修でも正確に伝える手段が必要だと感じていた。
- 【組織面の課題】NPO法人として通年スタッフを雇える状態ではなく、運営はボランティアスタッフで対応している状況。大規模研修の受け入れは人手の余力も少なく、難しかった。

実施内容と成果

- 坂本代表はやりたいことやアイデア出しは得意。それを言語化して優先順位を付けて整え、4か月後の成果物完成を目指してプロジェクトマネジメントができる方を採用。
- 最初に全体スケジュールと到達イメージの言語化、加えて小さなマイルストーンの設定。
- およそ週1回1時間のオンライン打合せを、副業人材2名・坂本様・仲介事業者1名の4名で実施。活動期間は当初からGOAL設定していた4か月間の業務委託契約。
- HP掲載を含む研修概要書の完成。

成功のポイント

①プロジェクトのGOAL設定、②初期段階におけるface to faceによるチームビルディング、③仲介事業者による伴走支援。

GOAL設定

成果にむけたGOAL設定を明示

- 4か月間で最終成果を出すというGOAL設定を事前に作成し、そこに合う人を見つける。面談の目的を明確にすることで、人材の判別、選択ができた。

当団体への理解

NPO法人の理解と人柄

- SDGsなど、当団体のそもそもの目的に理解がある方で、NPO法人という組織の特色、考え方について理解がある方かどうか判断。スキルだけでなく人柄の相性も重視した。

協働

チームビルディングと伴走支援

- 初期段階で現地訪問（2泊3日）を実施。プロジェクトメンバー同士の相互理解の深化、チームビルディングを行った。
- 仲介事業担当者にも毎週のミーティングに同席。それにより副業人材が、業務役割の認識や事業価値観について、ズレることなく協働できた。

華麗な経歴より困難を乗り越えた実績を重視。その結果、一緒に課題を解決してくれる副業人材に出会えた。

株式会社洋電社

代表者名 川山孝二
資本金 2,000万円
従業員数 9名
設立年 1964年
所在地 青森県青森市
企業HP <https://yodenaomori.co.jp/>



事業内容

- 青森県を中心に公共施設やビル、店舗など幅広い建築物の電気工事設計、電気通信工事を手掛ける。「電気を、美しく、流す」という理念のもと、美しい施工を目指すだけでなく、あらゆる仕事に対して美しさを意識して取り組んでいる。

副業・兼業人材を採用した背景

- 当社の社長は難易度の高い電気工事の設計が得意。この強みを活かし新たな事業の柱を立てようと考えた。そこで先進医療を扱う病院の電気工事など、高難度の案件を増やしたかった。
- 一方で青森県内には高難度案件はほぼ無く、東北エリアに広げても非常に少ない。そこで全国へ進出しようと考えたが、社内にノウハウが無く進め方が分からなかった。
- 金融機関が主催する副業人材活用セミナーを、地元の商工会議所から紹介されたのがきっかけ。セミナーに参加したところ、費用もそれほどかからず面白い取り組みだと感じた。

実施内容と成果

- 新規事業として募集したが、副業人材の方の提案でまず優先して取り組むことを整理している。
- 「会社の知名度をまず上げる」という目的で、地元施設を当社の電気でライトアップする企画を副業人材の方が提案。2022年12月に浅虫温泉でライトアップを実施した。
- やりとりはオンライン会議が基本だが、頻繁にLINEや電話でコミュニケーションをしている。また副業人材の方は別案件で定期的に青森に来るため、その際対面でコミュニケーションをしている。

成功のポイント

- ①多角的な視点を持ち、②一緒に課題を解決してくれそうな人を採用。
③課題の整理から始め、企業に寄り添いながら解決策を考案。**

多角的な視点

多角的な視点で考えてもらえるかを期待した

- ▶ 緊急性は無く、「都会の第一線で働く方から、多角的な意見が聞けたらいいな」という程度。

課題解決

当社の課題解決に動いてくれそうな方を採用

- ▶ 応募書類の内容が目を引いた。一緒に動いて課題解決をしてもらえると感じ、書類選考の時点でこの方にしようと考えていた。

同じ目線

課題の整理を行い、解決策を同じ目線で一緒に考えてくれる

- ▶ 当社の課題を理解した上で解決策を一緒に考えてくれる。「知名度向上」の課題に対しては「CSR」について教えてくれた。このおかげで温泉地でのライトアップ企画につながった。

スキルより熱意重視で選んだ副業人材にモノづくりの後方支援を依頼。

合同会社前田彌門

代表者名

資本金

従業員数

設立年

所在地

企業HP

前田一人

非公開

非公開

2020年

青森県青森市

—



事業内容

- 軽トラックをキャンピングカーとして利用できる「キャンピングシェル」の製造・販売を手掛ける。キャンピングシェルは車両に着脱できる箱型の居住空間。

副業・兼業人材を採用した背景

- 1年かけてキャンピングシェルを独自に開発。しかし、円安やウクライナ侵攻などの影響で原材料費が高騰し、採算を取るにはさらなる改修が必要となった。
- コロナ禍が続く中、キャンピングカー関連事業者などに直接訪問して相談することが困難だったが、地元の信用金庫から青森県の副業人材活用事業の紹介があった。
- 副業人材の活用は、リモートでの相談対応が可能なことや、自社に無い経験と知見が得られそうなことから関心を持った。

実施内容と成果

- ものづくりに興味があり、やりたいという熱意が感じられた1名を採用。
- 副業人材は大手自動車メーカー勤務であるものの、ものづくりに直接関わった経験は無く、キャンピングカーなどの知識も無かった。そこでキャンピングシェルの開発ではなく、後方支援を担当。部品を探していただくほか、契約書作成や経理関連業務を担当いただいている。
- ものづくりとしての成果は無いが、費用に見合う業務を行っていただいている。
- お互いの理解を深めるため、最初に青森に来ていただき、もてなしを行った。副業人材は東京在住のためその後はオンラインでやりとりしている。連絡は基本的にメールで行っている。

成功のポイント

①技術経験より、物事を柔軟に考えられる人材を募集。②やる気と熱意を重視。③後方支援をしてもらうことにより、協働できている。

視野の広さ	視野が広く多面的に考えることができる人を募集
➤ 新しいコンセプトの商品なので、視野が広く多面的な考えができ、自分が気付かない点を指摘してくれる人がほしいと思った。過去の成功体験にこだわりすぎる人ではなく。	
熱意	知識や技術が無くても熱意がある点を重視
➤ 報酬目的より純粋にものづくりに興味があり、やりたいという熱意があった方を採用。 ➤ 技術系の方からも応募があったが、プライドが高くゼロからのモノづくりは難しいと判断。	
後方支援	商品開発の後方支援をもらい、プロジェクトを推進
➤ 商品開発に付随する部品調査や契約書作成、経理関連業務等、様々な業務を依頼している。	

営業人員を採用できず頓挫していた販路拡大を、副業人材を活用して推進。まずはECで結果が出た！

有限会社秋田かまくらミート

代表者名 村上政勝
資本金 300万円
従業員数 30名
設立年 1996年
所在地 秋田県横手市
企業HP <https://www.akitakamakura-meat.com/>



事業内容

- 食肉総合卸売業。地域畜産農家と共に常に安心・安全な商品を追及。横手黒毛和牛・八幡平ポーク・比内地鶏他、ハム・ソーセージ等の加工品の総合卸、食肉加工販売、食肉処理業など。

副業・兼業人材を採用した背景

- 今後の人口減少やコロナ禍を乗り越えるためには販路拡大が必須と考え、首都圏進出を決めた。そして、東京営業所を開設すべく首都圏での正社員募集を始めた。しかしながら、有料求人媒体を使っても2年間まったく応募が無く頓挫してしまっていた。
- そんな時、秋田県プロフェッショナル人材戦略拠点に販路拡大について相談したところ、副業人材の活用を提案された。雇用するよりも安価で、首都圏で活躍中の方に手伝ってもらえる点に魅力を感じ、試してみることを決めた。

実施内容と成果

- 販路拡大のアイデアや知見を得られると考え、思い切って4名と契約。スキルは営業（2名）、獣医師免許保有でメーカー勤務（1名）、マーチャンダイザー（1名）。
- 初めの3か月間で会社の実情を開示し、現状分析と課題整理、販路拡大案の提出を依頼した。
- 結果、ECでの売上拡大やSNS利用など想定外の提案を受け、元々商品としてあったハンバーグをECで早速販売開始。これがたまたま秋田県出身インフルエンサーのSNSで取り上げられ、材料不足になるほど売れた。さらに飲食店からの大量受注にも繋がった。
- また、開設したばかりのTwitterはフォロワー数が7,000人を超えた。

成功のポイント

- ① スキルよりも会社に関心を持つ姿勢を重視し、② 最終的には長年培った感覚で判断。③ 情報公開&権限移譲で自主的な実行を引き出した。

寄り添う姿勢

スキルよりも会社に関心してくれる姿勢を重視した

- 座談会と面接を通じて選定基準を固めた。最終的に「スキルよりも社風に合わせてくれる」「会社のことをよく知ろうという姿勢がある」「和牛・肉に対する興味がある」の3点に。

フィーリング

応募者との会話を経て、最終的には長年培った感覚で判断

- 書類選考通過6名と座談会を行い、発言内容や場に対する姿勢などから頑張ってもらえそうな方、会社の雰囲気に合わせてくれそうな方を、長年培った感覚で判断。結果、4名と契約。

権限移譲

会社の情報をオープンにした上で、副業人材に権限移譲

- 初めに3か月かけて会社のすべてをオープンにした。その上で、会社のためになることは何でもやってほしいと権限移譲した。結果、数多くの販路拡大施策を自主的に実行してくれた。

品質管理体制構築と営業力強化のために副業人材を採用。社員とチームを構成し、社員にノウハウを伝授。**有限会社千葉恵製菓**

代表者名 千葉正利

資本金 1,000万円

従業員数 98名

設立年 1973年

所在地 岩手県平泉町

企業HP <https://www.chibakei.co.jp/>**事業内容**

和菓子（かりんとう饅頭、かわらけかりんとう、あんドーナツ、大福など）・洋菓子の製造販売及び店舗運営を行う。

副業・兼業人材を採用した背景

- 未来を見据え、首都圏でも販売できるような日持ちの良い和菓子を開発したい思いがあった。また、社内の品質管理体制にも不安があり、代わりのいない社員1名のみという状況。
- 人手不足のため、関東に社員を常駐させるのは難しく、東北から出張するのはコストもかかる。引き合いはある程度あるものの、点を線にするような継続的な営業ができていなかった。
- 「品質管理体制の強化」と「首都圏向け営業の強化」が未来を見据えた事業課題であった。

実施内容と成果

- 品質管理：東京在住で大手化粧品会社に在籍して品質管理を経験されている方を採用。月間20時間稼働の契約で社員とチームを組んで品質管理体制づくり、認証取得に対応。社員育成も進め、品質管理を社員だけで自走できるようになった。目標を達成し1年で契約終了。
- 営業：東京在住の公認会計士でWEB系企業役員経験者。月間20時間稼働の契約で営業を委託するもコロナ禍で営業ができなくなったため、ECサイト改善に変更。社員とチームを組み、EC運用やネット販売のノウハウ等を伝授してもらった。こちらも1年で契約終了。

成功のポイント

- ①即戦力として仕事を依頼でき、②中小企業を助けたい意志を感じる方を採用。③伴走支援&経験に基づく助言で社員育成も。**

即戦力**実務経験が豊富で即戦力として仕事を依頼できる**

- 品質管理：食品の品質管理の経験があり、品質管理の体制づくりが出来る方。
- 営業：首都圏エリアの食品商社に対して対面営業が継続的に出来る方。

一助の意志**中小企業を助けたいという意志を感じる方を採用**

- 本業の仕事も続けながらも仕事に物足りなさを感じている方、自分のスキルを活かして中小企業を助けたいという意志を感じる方を評価し、採用を決めた。

助言**伴走支援してもらいながら、経験に基づいた助言を受けた**

- 品質管理は副業人材と社員3名でチームを構成。伴走支援してもらいながら、経験に基づく現実的な助言を受けたことで、品質管理は社員だけで自走できるようになった。
- コロナ禍で営業活動が出来なくなり、営業人材は急遽ECサイト、ホームページ改編などに取り組みを変更し社員とチームを構成。経験に基づく助言をもらい、EC運用も学んだ。

次期社長として経営を学ぶため副業人材を活用。今後は現場を巻き込んで組織や経営の改革に取り組みたい。

株式会社エヌ・アイ・テック

代表者名

石川東

資本金

300万円

従業員数

60名

設立年

1996年

所在地

福島県いわき市

企業HP

<https://www.nitec.tech/>



事業内容

- 高速道路（常磐自動車道）の清掃作業や植栽作業、ガードレールの補修など、保全業務を行うと共に、交通規制や休憩施設（SA・PA）関連の業務も手掛ける。

副業・兼業人材を採用した背景

- 現在は専務だが、次年度から取締役社長になってほしいと現社長より話があった。しかし会社経営の経験がなく、不安を感じていた。また社内に経営や財務などの専門家がおらず、副業視点で経営のアドバイスをしてくれる人材を探していた。
- 地元の金融機関より、自治体（いわき市）とタイアップした副業人材の活用セミナーを紹介されたのがきっかけ。金融機関の担当者からは、副業といっても様々な経験を持つ人材がいるので、「きっとプラスになるのでは」という話があり、関心を持った。

実施内容と成果

- 当初は副業人材から単にアドバイスを受け、会社の方向性などはこちらで考えると思っていた。しかし実際には伴走するような形で、一緒に深く考えてもらっている。
- 月2回程度のオンラインミーティングが基本。副業人材の得意なところを活かすため、個別にコミュニケーションを取っている。組織面では就業規則や人事制度、経営面では適正利益の出し方など、1年かけて1つずつ取り組む方向で進めている。

成功のポイント

①経営者としての経験豊富な人を希望、②良い人材に巡り合えたら複数人採用。③ビジョンを共有して長期的な関係を築きたい。

経験豊富な人材	経営者としての経験があるか、助言がもらえるか
➤ 経営者としての経験があり、次期社長に向けて経営のアドバイスをしてくれる方。そのため経験豊富な40～50代の方を想定して求人を作成。	
複数人採用	書類選考後2名面接した結果、甲乙付け難く2名とも採用
➤ 2名に絞り面接を実施。当初1名採用の予定だったが、2名とも想定以上に有益なアドバイスをもらえると感じ、2名とも採用。	
活動時	ビジョンを共有、長期的に支援を賜りたい
➤ 副業人材の方とはビジョンを共有して計画を立てており、今後も長く付き合いたい。副業人材は、経営の専門家として支えてくれる心強い存在。	

「大きくなった個人商店」が抱えていた経営課題。副業人材の活用がその言語化と解決の駆動力に。**有限会社しのぶや**

代表者名 小林信夫
資本金 1,000万円
従業員数 50名
設立年 1990年
所在地 栃木県那須郡
企業HP <https://shinobuya.jp/>

**事業内容**

- 栃木県内に5拠点を構え、自動車に関する諸サービス（販売・修理等）を提供。

副業・兼業人材を採用した背景

- 課題解決のためには外部コンサルタントの選択肢もあったが、取り組む主体は企業であり、補助的なサポートを得たいと考えていた。そのニーズに、副業人材の活用がマッチすると思った。
- 創業30数年で会社規模は拡大したが、実態としては「大きくなった個人商店」の状態であり、組織体制や人事評価制度、給与体系などの人事制度を整える必要性を感じていた。
- これらは幹部ミーティングでもたびたび議論したが、リソースや知見に不足があり、解決に向けた活動が進んでいなかった。
- 当社が取り扱う商品や当社の事業の認知を拡大して地元の顧客を獲得するために、マーケティングの知見を得て、効率的な広告展開などの施策実施体制を構築したいと考えていた。

実施内容と成果

- 社員の評価制度と、それに基づく社員のグレード区分や給料体系の構築に向けて活動。約1年かけて達成した。
- 評価制度策定に際し、社員と幹部にアンケートを実施。それぞれのニーズを明確にした。
- 実施に際して企業側担当者と副業人材が各店舗・部門を回って社員に説明。
- 企業や事業の認知を拡大するため、SNS運用を開始した。
- 顧客分析を実施し、現在の主要顧客層と、将来的に獲得していきたいターゲット層を確認。そのほか、顧客向けアンケートの内容を作成した。

成功のポイント

①社員と共に取り組む姿勢があり、②コミュニケーションの取り易さを重視して採用。副業人材には③課題解決策を可視化してもらった。

協働の姿勢

知見や経験に基づく提案をベースに役職員との協働を期待

- 募集条件・スキルとして、「それぞれの分野の知見や経験をもとに様々な提案をしてくれること、当社の役職員と一緒に考えてくれること」を挙げた。

人となり

専門性に加え、コミュニケーションがとれるかを重視

- 書類選考では経歴や年齢を中心に選考し、7名程度と面談（Zoomで実施）。面談では、実際に話してみてもコミュニケーションが取れるかどうかという部分を中心に確認した。

課題の言語化

これまで抱えていた事業課題を言語化、整理してもらった

- 企業としての課題感は以前からあったが、漠然としており言語化できていなかった。今回、副業人材を募集するにあたり課題を言語化できたことは大きな成果。

市の事業を活用して2名の副業人材を採用。未経験の自社独自商品開発&マーケティングにチャレンジ！

加藤金属工業株式会社

代表者名

加藤精亮

資本金

4,790万円

従業員数

40名

設立年

1954年

所在地

群馬県富岡市

企業HP

<http://www.katomet.co.jp/>

加藤金属工業株式会社

弊社HP: <http://www.katomet.co.jp>
Instagram: [kato.metaj](#)



弊社オリジナルの商品の企画・開発に臨みます！新商品のコンセプト・デザインを一緒に考えませんか！？Instagramでは、弊社の加工技術等も投稿していますので、ぜひご覧ください！

事業内容

- ・ シャープペンシル・ボールペン・その他文具の製造・販売。
- ・ 精密部品の製造。

副業・兼業人材を採用した背景

- 同社の事業は他メーカーからのOEM受託案件が主体であり、その需要の波を自社でコントロールすることができない。この状況を補い、自社技術を一層活用すべく、OEMの受託事業は維持しつつ、自社の独自商品を製造・販売したいと考えていた。
- 自社商品を展開するには「新商品の開発」と「開発した商品の広報・PR・マーケティング」が必要。しかし同社には、そのノウハウが不足していた。
- 副業人材をどこまで活用できるのか、どこまで熱心に取り組んでいただけるのかといった懸念があったが、富岡市の副業人材活用事業があったことで「まず試してみよう」と考えた。

実施内容と成果

- 自社課題であった「商品開発」と「広報・PR・マーケティング」に関する知見を求めるべく募集し、結果的にはそれぞれのスキルを持つ計2名の方を採用した。
- 商品開発の人材には、採用以前から外部のデザイナーと進めていた新商品開発プロジェクトに参加していただいた。そこで出されていた商品案を共有するとともに、今後の展開について助言を得つつプロジェクトを進めている。
- 広報人材とはInstagramの運用から着手。「2022年12月末までにフォロワー1,000人獲得」という目標を掲げて2022年4月から運用を開始し、同年11月末に目標を達成した。

成功のポイント

- ①自治体からの補助金活用、②自走化まで提案された人材を採用、③対面によるコミュニケーションを図る。

補助金活用	自治体事業を活用することで人材採用コストを下げた
➤ 富岡市の副業人材活用事業を利用。人材募集の求人掲載料が無料となるほか、副業人材の移動にかかる交通費などについて補助金を受給できるため、低コストで取り組めた。	
自走化提案	自走化まで提案された人材を採用
➤ 採用した副業人材から「私がいなくなったとしても、社内でSNS運用を自走できるような体制を作っていく」という提案があった。このポイントを重要視して採用した。	
対面相談	対面によるコミュニケーションを図る
➤ 採用時点より人材には「月1回現地面談」を希望した。商品やものづくりの現場を実際に見ていただき、イメージを共有して話をする方が話が進みやすいと実感している。	

新規顧客獲得を目的としたリスティング広告の運用を副業人材に一任。継続的に実績が上がってきた。

株式会社小林自動車ボデー

代表者名 小林泰徳
資本金 1,000万円
従業員数 79名
設立年 1970年
所在地 群馬県高崎市
企業HP <https://technodome.co.jp>



事業内容

- 各種自動車修理・板金塗装、自動車用品の販売取り付け
- 新車・中古車の販売買い取り
- 自動車保険・各種損害・傷害保険の取り扱い
- 自動車レッカー事業、レンタカー事業、各種リースの取り扱い
- 車検専門店「車検のコバック高崎町屋店」

副業・兼業人材を採用した背景

- 車検サービス「コバック」の代理店として車検事業を展開しているが、その集客が伸び悩んでいた。以前は新聞の折り込みチラシを活用していたが、昨今は新聞購読減少に伴い効果を見込めなくなったため、ネットでの集客を伸ばしたいと考えていた。
- ネットでの集客方法としては、基本的にホームページを活用していたが、新規の顧客獲得には至らず。リスティング広告は以前試したこともあったが、直近では実施していなかった。
- そうした状況を踏まえ、ネットを活用した新規・既存顧客との接点強化について、プロフェッショナルの知見を得てデコ入りたいと考えていた。

実施内容と成果

- 採用面接は群馬で実施。複数人を同時採用し、異なる分野の施策を同時に実施する選択肢も考えた。しかし、まずは優先順位を付けて着手していく方が良いと考えた。最も理解しやすい提案を行ってくれた方と合わせ、計2名を採用。
- 一人にはGoogleのリスティング広告から問い合わせを増やすことを依頼し、運用実務を一任した。成果としては増減の波はあるが、継続的に実績を上げている。
- もう一人には、LINEを活用した集客拡大策を依頼した。約3,000名の「友だち」登録を獲得したが、新規顧客獲得には繋がらず、現在は契約を終了した。

成功のポイント

- ① 具体的なアイデアを求める人物像を求め、 ② 対面による採用面接、
③ 専門スキルが必要な業務はプロに任せる

高い提案力

具体的なアイデアと自走化を求める

- 企業ブランドの構築にアイデアを注入していただける方、社内にノウハウを残してほしい、という点も求めていた。

マッチング

対面による面接で具体的な施策と意欲を重視

- 応募者から12～13名に絞って対面で面接を実施。書類選考の基本的な基準は、同社意向とのマッチング。応募書類での「こんなことをしてみたい」というアピールも重視した。

専門スキル

専門スキルが必要な業務はプロに任せる

- リスティング広告のようにノウハウ習得が難しい分野については、“餅は餅屋”で、プロに任せ続けるというのも一つの正解であるとも考える。
- 副業人材には、これまでの経験などの裏付けがあるので、社内に対する説得力、影響力が強い。

ワーケーション企画や施設運営を副業人材と一緒に構築。

パラリゾートちちぶ株式会社

代表者名 出浦洋介
資本金 非公開
従業員数 非公開
設立年 非公開
所在地 埼玉県秩父市
企業HP <https://hatara-kuukan.com>



事業内容

- コワーキングスペース「働空間」「働Co-factory みんなのLABO」の運営。
- 多目的アトスペース「多豆」の運営。
- 職住一体型の宿泊施設「町住客室 秩父宿」の運営。
- ワーケーションスポット「働Co-living 秩父サテライト」「働Co-living みんなの subako」の運営。

副業・兼業人材を採用した背景

- もともと、広報機能が弱いという課題を持っていた。
- 2019年時点で、自社運営の施設と地元・秩父の魅力を生かしたワーケーションを企画。2020年夏に開催予定であった東京五輪に伴う通勤混雑の回避策を求める企業に向けて、ワーケーション企画を訴求したいと考えていた。
- 自治体（埼玉県秩父郡小鹿野町）から、地域課題について相談を受けていた。

実施内容と成果

- 2020年3月から募集を開始して4名採用。新型コロナウイルスの感染拡大時期であったため、広報手法に関するレクチャーから始め、コロナ禍収束後のワーケーション企画の広報展開案の検討、チラシの作成といった業務を依頼した。
- 当時同社が相談を受けていた「小鹿野町の地域課題の解決（地域の盛り上げ方）」をテーマに、「集会」を実施。小鹿野町の視察、町長との情報交換などを経て、地域課題の解決策に関する提案をまとめてプレゼンしてもらうという取り組みを実施した。
- 現在も2名と契約継続中。自治体支援業務と同社宿泊施設運営業務を支援いただいている。

成功のポイント

①地域を感じていただくため対面訪問可能を重要視。②独自の採点表を使って選考。③企業や副業人材間での良い刺激を得る。

対面訪問

地域を感じてもらうために対面コミュニケーションを要望

- 秩父という地域を実際に見た上で一緒に動いてほしいという思いがあったため、コロナ禍ではあったが「月1回程度対面できる方」として、対面でのコミュニケーションを求めた。

ゼネラリスト

独自の選考基準で絞り込み、選考面談を実施

- 応募者全員に対して、秩父でのワーケーション企画に関する質問（3問）をメールで送付。その回答を採点し、一定以上の点数を獲得した16名と面接を行った。
- 総合的に能力のあるゼネラリストタイプを優先評価し、加えて人間性を重視して選考した。

集会実施

副業人材4名が一同に会する機会を作った

- 4名と基本的に1名ずつ個別にやりとりしたため、企業側の対応リソースの確保に苦労した面もあったが、5月に実施した「集会」では、副業人材同士が顔を合わせ、企業自身得るものが大きいばかりでなく、副業人材にも良い刺激になったと好評であった。

業界経験に長けたプロ人材と組めたことで、自社の知見が活きる新規事業の検討や人脈形成が進んだ！

株式会社銚子スポーツタウン

代表者名

資本金

従業員数

設立年

所在地

企業HP

小倉和俊

500万円

非公開

2017年

千葉県銚子市

<https://choshi-sportstown.com/>



事業内容

● スポーツ合宿・研修向け施設を運営。廃校舎をリノベーションした施設は、野球グラウンドや体育館、食堂などを併設した関東最大級のもの。宿泊事業のほかにも、スポーツイベントの企画や運営にも取り組む。

副業・兼業人材を採用した背景

● 社員は宿泊施設の運営がメインのため、社内にイベント企画や広報ができる人材がいないう。しかし当社のような地方のスタートアップ企業では、こうした人材の確保が難しい。
● IT系人材が社内にはいないため、ネットを活用したPRがやりたくてもできていなかった。
● 当初は社員採用を検討していたが、費用もそれほどかからず、また一時的にサポートしてくれる副業人材活用は、同社のような資金の限られるスタートアップ企業に向いていると考えた。

実施内容と成果

● 企画系、IT系について、面接で具体的にできることを提案してくれた方を計5名採用した。
● 企画系人材との取り組みでは、ユニークなスポーツイベントを企画。集客だけではなく、メディアで取り上げられる広報効果もあった。
● IT系人材との取り組みでは、ホームページの改修が実現。特にオンラインで宿泊予約が可能になったのは大きな成果。SEOや広告によってアクセス数と宿泊予約数が大きく伸びた。

成功のポイント

① やりたいことが明確で能動的な方を想定。② 具体的な提案があった方を各分野で採用。③ 対面も含めた濃いコミュニケーションで推進。

明確であること

やりたいことが明確で能動的な方を求めた

➢ 代表を含め社員は広報やITの知識が無く具体的な指示は出せない。そのため指示待ちの人は合わないと考えた。自らやりたいことが明確で「これができる」と提案できる人を想定した。

具体的な提案

全員と面接し具体性のある方をそれぞれの分野で採用

➢ 応募者には海外留学や外資系企業の経験を持つ人もいて、地方のスタートアップ企業が出会えないような優秀な人材ばかりだった。報酬が目的というより「自分のスキルを活かしたい」という強い想いを持つ方々だったため、応募者全員と面接。その中から、具体的にできることを提案してくれた方を採用した。

情報共有

対面も含めた密度の濃いコミュニケーションを取る

➢ 月1回のオンライン会議が基本。それ以外でもチャットアプリなどで頻繁にやりとりを行った。中には定期的に銚子市にある事業所まで訪問してくれた人もいた。

▶次ページ：良かった点・改善点など 17

経営者にとって経験豊かな副業人材は「先生」。事業計画や営業のノウハウを学ばせてもらった。

株式会社アトリエPOSY

代表者名 松戸圭子
資本金 1,000万円
従業員数 3名
設立年 2019年
所在地 千葉県千葉市
企業HP <https://posy.jp/>



事業内容

- 植物の力を使い、フラワーアレンジの理論と技術をリハビリに活用した「植物パズル療法」を千葉大学と共同開発。介護施設や医療施設などへの導入を進める。

副業・兼業人材を採用した背景

- 植物パズル療法キットを開発したものの、売上をどう作っていいかわからなかった。千葉市産業振興財団のコーディネーターにも相談していたが、当社は代表一人で経営する会社で、2019年に法人設立したばかり。そのため経営や営業のノウハウがなかった。
- そんな中、千葉市が実施していた副業人材活用の事業（新規事業創出支援事業）のチラシをたまたま見て、関心を持った。

実施内容と成果

- ビジネス経験豊富な副業人材を採用。月2回のオンライン会議を基本に、営業に同行してもらうなど、可能な範囲で積極的に取り組んでもらった。
- 随時相談できたことで、大きな安心感があった。時には厳しく、時には優しく、先生のような存在で多くのことを学ぶことができた。
- 事業計画から着手し、計画の追加修正を依頼。その後のアクションについても「説得力を出すためにモデルケースを設けたほうが良い」などの意見を頂き、仕事の精度が上がった。
- 組織作りにも助言を頂いた。作業を外注できるサービスを紹介していただき、外注化できた。

成功のポイント

- ① 自社には無い経験とノウハウを持つ人材を募集し、 ② 求める業務に合致した経験豊富な方を採用。 ③ 可能な範囲で営業に同行を依頼。

介護等の経験

自社には無い経験とノウハウを必要とした

- 「植物パズル療法」キットは、高齢者や障がいを持つ方のリハビリに使っていただくもの。主な導入先は介護施設となるため、介護や福祉分野に理解がある方、経験がある方を求めた。

営業・運営経験

営業経験とターゲット顧客での業務経験を持つ人を採用

- 採用した副業人材の方は、企業で多くの営業経験がある方。さらに介護施設の運営に関わった経験があり、介護分野に精通していた点が求める人物に合致した。

営業に同行

必要に応じて、営業にも同行してもらった

- 千葉市内在住の方で物理的に近く、先方から「必要であれば導入施設の視察に同行できます」と言っていたので同行していただいた。

地方企業におけるIT技術者の中途採用を副業人材がフルリモートで支援。半年で2名の採用に成功。

オーエムネットワーク株式会社

代表者名 大野勝
資本金 3,600万円
従業員数 49名
設立年 2002年
所在地 新潟県新潟市
企業HP <https://www.omnetwork.co.jp/>



事業内容

- 課題解決型システムをクラウドサービスで提供。次世代の店舗シフト管理システム「R-shift（アールシフト）」、小売業向け基幹システム「R-Base（アールベース）」、自動発注システム「R-Order（アールオーダー）」など。
- ソフトウェアや業務システムの設計・開発・運用サービス

副業・兼業人材を採用した背景

- 地方でのIT技術者は母数自体が少なく、また優秀な人材は大手企業が高給で採用していくため、同社もIT人材の採用に苦戦していた。
- 新型コロナウイルス感染拡大後は、東京の企業が東京の給与水準で「オンラインでフルリモートワーク可能。新潟にいても東京の会社で働けます」と謳って人材採用を展開する動きが加速。新潟を離れることができない人材も他地域の企業で採用されるようになり、地域企業としては採用面でさらに厳しい状況が続いていた。

実施内容と成果

- 当社の状況を理解した上で提案できること（人材がこれまでに経験した成功体験を一方的に企業に当てはめて提案するのではなく）を重視。採用力強化に関する経験やノウハウに抜きん出ていた方を採用した。
- 採用計画書を採用担当者と人材で共同作成。採用計画の中で中途採用したい人材のペルソナ（ユーザー像）を設定し、そのペルソナが引き付けられるような求人サイトに修正し、募集を掲載していった。
- 半年ほどの契約期間において、2名の中途採用を実現。契約期間満了に伴い、契約を終了。

成功のポイント

- ①社内に無いノウハウを求め、②個人情報を守ることには留意し、
③新たなノウハウを内製化するところまでお願いする。

人物像の明確化

新規事業案件を得意とする人材紹介会社と人物像を明確化

- 募集する人物像を、人材採用に関する各種ツール（求人サイトなど）や、コロナ禍におけるオンラインイベント開催など、社内に無いノウハウを補う方とした。

情報管理

個人情報漏洩のリスクを低減

- 当社はPマークを取得しており、個人情報を外部に提供する場合には一定の手続きを踏む必要があったが、個人のフルネームや出身地などの情報を共有しない（会話でも文字情報でも、個人情報を明示しない）よう留意した。

内製化

契約終了後の内製化も視野に入れて取り組む

- 契約終了後も専門的なスキルを必要とせず、社内で回すことができるように運用フローを構築してもらった。

副業プロ人材が積極的かつ主体的に関わり、難易度の高いデジタル化プロジェクトをけん引。

新潟市 政策企画部

代表者名

資本金

従業員数

設立年

所在地

企業HP

中原八一（市長）

-

11,132名

1889年

新潟県新潟市

<https://www.city.niigata.lg.jp/>



事業内容

- 総合計画「にいがた未来ビジョン」と、「第2期新潟市まち・ひと・しごと創生総合戦略」を重ね合わせ、着実に推進するとともに次期総合計画を策定する。

副業・兼業人材を採用した背景

- 「新潟市総合計画2030」において、「人口減少・少子高齢化がもたらす様々な課題を乗り越え、市民の心豊かな暮らしにつなげるため、デジタル技術・データを積極的に活用して施策を推進することとなった。
- 施策の推進・実現にあたり、企画の具体化や、ITベンダとの折衝、プロジェクトマネジメントに関する知見が不足しており、その知見を持った人材の助言が必要となった。
- 他自治体の事例等から副業人材を活用する方法があることを知り、検討した結果、「DXアドバイザー」として登用することを決定。低予算でも専門性が高い人材を活用できる点が決め手。

実施内容と成果

- 人材紹介会社の支援により、求人作成から募集までスムーズに進められた。結果的に2週間で81人もの応募が集まった。
- 人材スクリーニングや面接も人材紹介会社に支援してもらい、最終的に1名に絞り込めた。
- 副業人材は月間約20時間の稼働の中で、テレワークと月1回程度の新潟市役所での勤務を行いながら、プロジェクトを推進。
- アドバイザーに留まらず、プロジェクトの推進役として現場の信頼も得ながらデジタル化プロジェクトをけん引し、一定の成果が出ている。

成功のポイント

①人材紹介会社の支援で求人を作成、②伴走型支援と機動力を軸に選抜。③助言に留まらず推進役としてプロジェクトを主体的に推進。

人材会社の支援	人材紹介会社の支援を受けて要件定義や募集、面接を進めた
➢ 求人作成からWEBでの募集まで人材紹介会社の支援のもと進め、応募者が81人も集まった。 ➢ 人材スクリーニングや面接も人材紹介会社が伴走支援。新潟での対面面接も実施した。	
伴走型支援	伴走型支援が期待できることと、豊富な経験、機動力を重視
➢ 助言や事例の共有に留まらない伴走型の支援が期待できる人材を選抜。多くの新規事業や改善プロジェクトの推進経験を持っていたことに加え、機動力の高さが決め手となった。	
主体的に推進	副業プロ人材がプロジェクトを主体的に推進
➢ プロジェクトの進め方や課題などを副業人材に相談。遠隔・対面でのコミュニケーションを併用し、建設的な議論を活発に行うとともに、副業人材がプロジェクトを主体的に推進。	

プロボノとして現地に来てもらう仕組みを作り、対面交流を通じて関係性を構築してから有償の仕事を依頼。

株式会社いせん

代表者名

井口智裕

資本金

1,550万円

従業員数

60名

設立年

1952年

所在地

新潟県南魚沼郡

企業HP

<https://isen.co.jp/>



事業内容

- 創業85年の温泉旅館。「HATAGO井仙」の運営を柱に、地域の食材を生かしたレストラン事業、コンサルティング事業や旅行代理店事業など幅広い事業を展開。

副業・兼業人材を採用した背景

- 地方には人材が少なく、旅館業だとライターやWEBデザイン等の専門人材を自社で採用するのは難しい。何か仕組みが無いと関わりを持つこと自体も難しいと感じていた。
- そんなとき、採用関係で一緒に仕事をしていた人から、「プロボノ（無償の社会貢献）」という仕組みがあることを教えてもらった。
- 費用を抑えるため、まずはエントリー的な位置付けでプロボノとして現地に来てもらい、ゆるく関わってもらう仕組みを作ろうと考えた。
- 自社の宿「ryugon」で5時間のお手伝いワークが宿泊料代わりになるプロジェクトを立ち上げ、プロボノの募集を開始。

実施内容と成果

- プロボノから関係性を構築できた副業人材1名に仕事を依頼。
- コンテンツ制作会社を運営している方で、PR業務、プロモーションコンテンツ作成、プロボノワーカー拠点「さかとけ」のブランディング全般を支援いただいている。
- プロジェクトを通して、仕事の進め方などで社員含め大きな刺激を受けている。社員のモチベーションも上がっている。

成功のポイント

①まずはプロボノとして募集し、②関係性ができてから仕事を依頼。
③現地作業時はプロボノも兼ねることで効率化。

プロボノ募集

要件を決めずに間口を広げてプロボノを募集

- 人材の要件定義をすると従来の発想から抜けられないので、要件を決めずに出会いを重視した。旅館業だからこそできるのかもしれないが、間口を広げてプロボノを募集。

関係構築

関係性ができた人にプロジェクトベースで仕事を依頼

- 経歴からの判断ではなく、プロボノで関係性ができてからスキルを活かしてもらう方針で副業人材を選んでいる。業務ごとにプロジェクトベースやスポットで仕事を依頼。

プロボノ活動

普段はオンライン、現地作業時はプロボノ活動も兼ねて

- 普段はチャットとメールでのやり取り。現地で作業が必要な時は、宿「ryugon」でお手伝いワーク&宿泊時に行っている。

経験と勘で行っていた生産管理をシステム化。副業人材の長期伴走を得て、新規事業展開を目指す

有限会社中村海産

代表者名

中村康紀

資本金

800万円

従業員数

28名

設立年

1921年

所在地

富山県氷見市

企業HP

<https://www.himi-ynk.co.jp/>



事業内容

- シンプルな味付けにこだわり、みりん干し・水産加工物の製造・販売を手がける。
- 主要取引先は、生協や国内外の高品質スーパー。全国の魚市場や生協・量販店への納品、海外輸出など。

副業・兼業人材を採用した背景

- 仕入れ・生産調整・販売などを管理する生産管理業務は、代々社長が1人で、紙の上で経験と勘に基づいて手作業で行っていた。
- コロナ禍になり、巣ごもり需要などもあって多くの注文が入るようになった。その結果、従来の方法では管理しきれないようになり、計画通りに進まない生産の再調整作業などが発生。生産管理業務の負荷や実際の残業時間が増えた。
- そこで、生産管理業務にExcelを導入したところ、所要時間を均一化できるようになり、残業時間の削減にも成功。働き方改革や生産性の向上につながった。
- この経験を踏まえ、生産管理システムを開発して、社内の脱属人化及び社外への販売（新規事業）をしようと考えた。

実施内容と成果

- まずは同社が利用するシステムとしての開発に着手。今回採用した副業人材はバックエンドエンジニアで、システムの裏側のデータ処理などの開発を担当している。
- 2023年8月に水産加工業界の国際見本市が開催される。できればそこまでに、社外に販売するシステムのデモ版を開発し、展示できればと考えている。
- 打ち合わせは月1回程度、Zoomで実施。それ以外は、Slackで随時コミュニケーションを取っている。オフラインでの対面は1回実現。副業人材が現地を訪問し、生産工場や、実際の生産管理業務の現場を見学。

成功のポイント

①経営者は企業側の課題として認識すべき、②地元出身者の地域貢献への想い、③コミュニケーションとインセンティブによる長い付き合い

内なる課題

期待値ゼロからの募集

- 結局は人と人とのことで、合う・合わないはある。期待値ゼロで募集に臨んだ。
- トライした結果マイナス面を感じることがあったとしてもその人を選んだのは自分。募集内容や会社の訴求方法に問題の可能性を掘り下げるべき。経営者はそういう認識で臨むべき。

地域への思い

地元企業でスキルを生かして社会を良くしたい

- 採用人材は富山県出身。地元企業でスキルを生かして社会を良くしたいという思いも好感。

長い付き合い

コミュニケーションとインセンティブ

- スキルがあればコミュニケーションに多少不安があってもカバーできる。放置気味になることもあるが、特に企業側が忘れずにコミュニケーションを取り続けることが肝心。
- 副業人材との付き合いも長く続けていきたい思いも込めてインセンティブを設定。

▶次ページ：良かった点・改善点など 22

不足していたマーケティングの知見を副業人材が補完。新商品の営業活動を通じて課題も明らかに。

株式会社小松プロセス

代表者名

細川敏彦

資本金

2,000万円

従業員数

25名

設立年

1970年

所在地

石川県能美市

企業HP

<https://komatsuprocess.co.jp>



事業内容

①染料事業：リキッド染料、パウダー染料の粉碎、配合、分散化、新規高付加価値染料やセラミックス分散等の研究開発、等

②反射事業：再帰性反射機能の付与を目的とした受託塗装加工、また、再帰性反射被膜の製造販売並びにそれを用いた受託加工

副業・兼業人材を採用した背景

● 従来のビジネスモデルはBtoB中心で受託を受けて製造・加工・出荷するというものがメインであったが、その受託中心のあり方から脱却し、自ら商品企画をして販売していくビジネスにチャレンジしたいという意向があった。

● 既存顧客（BtoB）以外の顧客を取り込むべく、マーケティング部門を立ち上げ、顧客層拡大のきっかけとなる人脈づくりとして東京方面でのつながり形成を模索していた。しかし、マーケティングに関する知見が社内に無く、施策の実現などが困難な状況であった。

実施内容と成果

● 2名を採用。一人は地域創造やコトマーケティング（商品やスペック（商品仕様）を伝えるのではなく、誰に、どんないいコトがあるのかを伝える）の分野に強みがあり、マーケティング施策の面での尽力が期待できると感じた。もう一人は過去の経歴から自転車用商品の分野で協力を得られそうだと判断。

● 教育関係事業者と繋がりがあったことから学習教材の提案を検討。約1年間の稼働を通じていろいろな提案を受けたが、事業スケールを大きくできるイメージが湧かず、2022年9月で契約を終了。

● 顧客や営業先との接点を創出し、小松プロセスの担当者と一緒に訪問、営業活動を実施。現在も稼働中。

成功のポイント

①課題の切り出しは事業部門ごと、②契約時に人材の稼働時間を確認、③外部人材採用に対する社内理解を図る。

課題の切り出し

事業毎の業務課題の切り出し

➢ 今回の新商品開発やマーケティングの取り組みについては、あくまで自転車用商品事業内での課題への取り組みと捉えている。基本的に、マーケティング施策や顧客接点の創出は事業ごとに異なるため、各々でどのようなスキル人材を補填すべきか検討が必要。

稼働時間

人材が稼働できるボリュームを確認すべき

➢ 複数の提案を受けたものの、人材側の工数状況によっては実現に至らないことが起きる。

社内理解

社内に対する副業人材活用の理解

➢ 「副業人材が何をしているのか見えにくい」という意見に対する対応が必要。

▶次ページ：良かった点・改善点など

23

新たな取り組みにはリスクがつきもの。コストを抑えてトライできるのは副業人材ならではの。

株式会社二口製紐

代表者名 二口卓
資本金 非公開
従業員数 18名
設立年 1971年
所在地 石川県かほく市
企業HP <http://futakuchi.jp/>



事業内容

- 伸縮性（ストレッチ性）のあるゴム入り細巾織物（通称「平ゴム」「ゴム紐」など）、伸びない商品「テープ」や「平・丸ひも」、機能素材を使用した商品などの製造・販売

副業・兼業人材を採用した背景

- 既存事業の状況が芳しくなく、経営の柱となる事業を新たに創出する必要性を感じていた。その一環で、廃材を再利用して小物商品を製造・販売する事業を展開しており、魅力的な商品を開発したいと考えていた。
- ゴム入り細巾織物という産業及び自社の認知拡大を図るため、2014年よりブログやSNSでの情報発信を行っていた。その発信を一層広げ、従来の顧客層以外のところ（特に異業種）へ向けてさらなる認知拡大を図りたいと考えていた。
- 課題解決の取り組みのために従業員を新たに雇用する選択肢もあったが、新しい取り組みでリスクもあるため、まずはコストをできるだけ抑えてスタートしたいと考えた。

実施内容と成果

- デザイナーとSNSのスキルを持つ2名を採用。商品開発とSNS活用をそれぞれ任せられると考えた。2名とも面談で自信を持って話していた様子に信頼感を覚えた。
- 廃材を再利用した商品開発について、デザイン面を中心に個々の商品開発を依頼したが、ブランディングの段階から商品開発を実施するなど、業務イメージに認識のずれがあったため、一人の方とは4か月で契約を終了。
- Twitterの活用にて「半年間で1000件のフォロワー獲得（業務開始前は数十件程度）」を目標とし、一定の目途が立ったことから6か月で契約を終了。

成功のポイント

- ①契約前に求める仕事の詳細を確認する、②契約時には納品物の権利や別枠料金の確認が必要、③人材とのコミュニケーションが必要。**

仕事の明示

企業として取り組みたい具体的な内容の明示

- 人材に求める作業内容について、具体的な明示が必要。デザインに対するアイデア出しなのか、商品ブランディングも必要なのか、企業側の意思をより正確に伝える必要がある。

契約の認識一致

契約内容の認識を慎重に

- 求人掲載の報酬額以外の費用発生や、納品物（今回はデザイン意匠）の著作権など、お互いに認識を合わせておく必要がある。
- 人材の選定は肩書きや経歴などに比重を置かない。

双方の理解

お互いの理解を深めるためのコミュニケーション

- 副業人材と相互に理解を深めるためのコミュニケーションが必要。

競争が激化する新卒向け就活サービス。学生集客増のためのてこ入れに副業人材の提案を活用。

北陸地域のメディア関連企業

代表者名	非公開
資本金	非公開
従業員数	非公開
設立年	非公開
所在地	非公開
企業HP	非公開

事業内容

- メディア関連事業
- 地域に特化した新卒採用向け就活サービスの運営

副業・兼業人材を採用した背景

- 当社事業、新卒採用向け就活サービスは近年、超売り手市場による就活サービス間の競争激化により、学生の集客に苦戦している。
- そこで、学生から選ばれる就活サービスにして集客を増やすべく、プロモーションも含めてサービス全般のてこ入れをしたい。
- 当社の就活サービスの根幹は合同説明会。まずは、その説明会の学生集客を増やしたい。

実施内容と成果

- 12～13名と面接。最終的な決め手は、新卒向け就活サービスに関して知識があり、提案がしっかりしていたこと。同社の直近の課題に適切なアドバイスを得られそうだと判断。
- 施策実行上の個別の業務に関する助言。参画当初は戦略立案に関する提案などを頂き、施策の方向性などを決定。現在は、そこで決まった内容に基づいて様々な施策を実行している。
- 目標とした合説集客について、2023年1月開催、2月開催分は目標値をクリアした結果となった。

成功のポイント

①事前に社内状況データを開示し提案を求める、②知識と優れた提案に加えて遂行力を重視、③社内担当者の取り組み姿勢と内製化。

提案力

新規事業案件を得意とする人材紹介会社と人物像を明確化

- 同社の現状を示すデータを事前に開示。その内容に基づく提案を面接時に求めた。

提案遂行力

専門性に加え、遂行力を重視

- 良い提案を得られることに加え、その提案を遂行する能力があることも重視して採用した。

社内リソース

社内担当者の取り組み姿勢と内製化

- 副業人材が提供するノウハウやリソースを、社内の担当者側が十分に活かせることが必要。
- 副業人材に依頼している戦略的な部分は、来年度は基本的に内製化予定（就活サービスの運用実務などはもともとすべて内製）。

自店舗が持つ特徴をSNSを活用して効果的・効率的に発信し、新しい顧客を獲得する。

インド料理店 RISHTA（リスタ）

代表者名

白鳥恵美

資本金

—

従業員数

3名

設立年

2016年

所在地

長野県塩尻市

企業HP

<https://rishta-shiojiri.com/>



事業内容

● 本格インド料理のお店。5つ星ホテルでの経験を持つシェフだからこそできるスパイスの使い方と、日本で作れるシェフは少ない「ドーサ」というインド料理を特徴にしている。小麦粉を使わずに、リスタのスタッフたちが店舗近隣で育てた豆と米の粉で作っているこだわりの料理を提供。

副業・兼業人材を採用した背景

● 夏と冬の売上差を無くし全体売上を伸ばしていくため、自店舗の特徴を整理して、もっと効果的に広報強化したいと考えていたが、何から着手したら良いのか誰に相談したら良いのかも分からない状況だった。

● 自分たちでその課題に着手しようとする1人1人の負担も大きく、営業に集中できなくなるのではないかと不安もあり、何も着手できていなかった。

実施内容と成果

- 仕事内容がかぶらないようにして、3名を採用。
- ①SNS担当：公式LINEを月1-2回配信／チラシ作成／Instagram活用等、SNS活性化のアドバイスと実際の投稿を支援。登録のみで活用されていなかった公式LINEを若手集客に繋げた。
- ②分析担当：自社の商圈を数字で分析し、告知時に誰をターゲットにすれば良いかを設定。費用も労力も無駄が少ない効率的・効果的な告知手法を提案・支援。
- ③広報担当：インド留学経験を活かし自社メニューが日本人からどう見えるか、どう言語化すれば食べたくなるか等をアドバイス。味や拘り・ストーリーで広報していく方針を策定。

成功のポイント

①求める人物像を人材会社と一緒に具現化、②複数人材のスキルを活かした役割分担、③企業と副業者の知見のギャップを相互理解。

人物像・スキル

仲介事業者と相談しながら人材要件を決めていった

➢ 仲介事業者の担当から助言を受けつつ検討を進め、SNSを活用した集客経験がある方、SNS戦略を立案できる方を探すことにした。

店への共感

思いを理解し「RISHTAらしさ」を活かしてくれる人を重視

➢ RISHTAの思いを理解し、「RISHTAらしさ」を活かす考えがあることを一番大切にした。また、話していて心地良く、この人とプロジェクトを一緒に進めたいと思える方を選んだ。

相互理解

企業と人材の相互理解を深めること

➢ プロジェクト開始時に一度お店に来てもらい、店舗・商品の現物を確認。それ以降はオンライン打合せを週1回1時間程度＋チャットでやり取り。

副業人材が持つ「つながり」を生かした提案で、異なる顧客層へのリーチや異業種への展開を実現。

株式会社片岡ケース製作所

代表者名

資本金

従業員数

設立年

所在地

企業HP

岩田和久

1,000万円

10名

1923年

岐阜県多治見市

<https://www.gekko-kobo.com/>



事業内容

創業以来、木箱製造販売、紙箱製造販売、コンテナ荷受け、検品梱包などの事業を展開。現在の主な事業は、独自の特許技術を使用した商品「月光グラス」の開発・販売及びOEM、コラボレーション商品の開発・販売。

副業・兼業人材を採用した背景

- 少人数の企業で、工房での商品製作以外の諸業務（開発、営業など）は社長が1人で請け負っている。そのため、新しい取り組みなどにリソースを割くことが難しい。
- 人材採用は大きな課題。大企業をはじめ魅力ある企業が数多く存在するなかで、中小零細企業が良い人材を確保するのは容易ではない。募集をかけても良い人材からの応募はなかなか集まらず、優秀な人材と出会うチャンスが少ない。
- 食器業界以外の異業種に対してのパイプが無いため、業界を超えて営業を広げようとしても自身のみでは実現できなかった。

実施内容と成果

- 副業人材が勤務する商業施設の開催イベントを紹介してもらい、売上アップに貢献。
- キャンプ向け新商品の企画・開発を進めている。今後、試作を行い、キャンプシーズンに向けて販売開始できるよう展開予定。関連して、キャンプグッズに関する情報収集も随時実施。
- 副業人材からキャンプ分野への展開に関する提案を受け、現在はキャンプ分野での新商品開発に注力。キャンプ分野から最終目標としている「認知拡大」に繋げていく。
- 週次でのLINEでのやり取りに加え、月に1回1時間程度の打合せでプロジェクトを推進。

成功のポイント

①求めるスキルを明確にして募集。②経験者の中から近県在住者を採用。③副業人材の本業とのコラボレーションにより、売上向上に繋がった。

経験・スキル

該当経験・スキルを持つ人材を全国から募集

➢ 当社の商品や特許技術に可能性を感じ、SNS戦略や広報戦略の経験者を募集。異業種展開の必要性を感じていたことから、食器業界とは異なる視点を持つことも求めた。

近県在住者

本業との親和性に加え、近県在住で対面で会える人材を採用

➢ 課題解決に貢献してくれそうだと感じた2名との面談を実施。同じ東海3県在住で、面接の翌週に対面でお話しする機会を得て商品を直接見てもらえたという点にも魅力を感じた。

異業種コラボ

人材の得意領域とコラボレーション、新たな顧客層を開拓

➢ キャンプ分野という今まで関わるできていなかった異業種の顧客層を獲得すべく、副業人材と一緒に新商品の開発を推進。

▶次ページ：良かった点・改善点など 27

既存事業の危機を、新たな売上創出で克服したい。求めたのは「現場」で一緒に動いてくれる人材。

みのライス株式会社

代表者名

資本金

従業員数

設立年

所在地

企業HP

玉木正明

8,500万円

17名

1998年

岐阜県美濃加茂市

<http://minorice.jp/>



事業内容

● 1998年、2社合併による新会社「みのライス株式会社」を設立。県内に本社・精米センター及び3営業所を構え、米穀類卸業小売業、搗精業務、一般商事卸業、倉庫業、賃貸業を展開。

副業・兼業人材を採用した背景

● 米の販売はその取れ高によって売上が毎年変動する構造になっており、米の販売に特化していると売上が安定しないという課題が元々あった。
● 近年は、米の消費量が年々減少するなど、様々に社会情勢が変化。いわゆる「お米屋さん」のビジネスは年々厳しくなっている。米の販売で得られる利益の薄利化も顕著で、付加価値をつけて販売する方法を模索していた。
● そうした状況から売上の柱を増やす必要があると考えており、新たな営業戦略の策定、新商品や新規事業の開発などを実現したいと考えていた。

実施内容と成果

● 副業人材の現地訪問は基本的に月1回で、定例の打ち合わせも月1回オンラインで実施。基本的には、社長と常勤役員4人が対応している。
● 副業人材のファシリテートで、社員を対象としたワークショップを開催している。2022年7月には、副業人材を講師として社員が参加するワークショップ（新商品の提案）を実施。社員と副業人材がコミュニケーションを取る機会となり、距離が縮まった。また、ここで挙がったアイデアは、現在進めている新商品開発に活用されている。

成功のポイント

①3回の面談により人材を厳選、②熱意と当事者意識を持って、社員と協働、③プロ人材の知見、ファシリテートにより課題解決が前進。

幅広いサポート

販売に関する戦略の総合的な知見を持っているか

➤ 「新たな営業戦略策定」や「新製品開発」、「マーケティング強化」等、幅広く当社の戦略サポートを推進をしてくれる人材を求めた。

熱意

5名と2回面接。経験に加え、最もやる気を感じた方を採用

➤ 5人と2回の面談（常勤役員も同席）を実施。最後に残った2名のうち、経営企画分野に関する経験や知見を有しており、採用前に電話を頂いた最もやる気を感じた人を採用。

知見・牽引力

プロ人材のファシリテートにより、新商品開発に着手

➤ 現地に訪問いただき、社員を交えたディスカッション会を開催。お米に関する世の中のトレンドなど事前調査いただいた内容を元に社員が新商品を考える機会を創出。

激化する競争を勝ち抜くため、強みの棚卸しに着手。できていなかったデータの分析・活用も副業人材が主導。

株式会社アークティーエス

代表者名

鈴木孝士郎

資本金

2,900万円

従業員数

15名

設立年

2000年

所在地

静岡県浜松市

企業HP

<http://www.arc-ts.com/>



事業内容

- 浜松市において労働者派遣事業と職業紹介事業を展開。

副業・兼業人材を採用した背景

- 副業マッチングサービス「Skill Shift」の代理店事業を始めるにあたり、まず自社の課題解決に副業人材を活用しようと考えた。
- 当社は同業他社と差異化ができておらず、競争が激化する中で薄利多売の傾向が高まっていた。2021年度の1年間でそうした状況が見えてきたことから、翌2022年度からは新たなことを始める必要があると考えていた。
- そのために、副業人材の力を借りて当社の資産（強み）や課題を整理し、可視化したいと考えた。

実施内容と成果

- 社外の視点で当社の強みを洗い出した上で、その中から新規事業創出などの取り組みにつながるものを提案してくれる人材を求め、データに基づいた提案ができる2名を採用。
- エンジニアとして活動する人材には、業務改善（社内における非効率な事務処理の業務効率化など）を依頼。社内業務フローや事務処理をひと通り確認し、ボトルネックになっている部分の洗い出しや業務フローの見直しを進めている。
- もう1名には経営企画・事業企画的な内容を依頼。当社の事業活動について数字面も含めて現状の洗い出しから進めている。

成功のポイント

①新しいものをもたらしてくれる人を募集、②データに基づいた提案ができる人を選考。③データを開示し、分析と提案を依頼。

新たな視点

社外の視点で新しいものをもたらしてくれる人を重視

➤

次の3点を重視した。【1】強みを整理し、新しい提案ができること。【2】山積する課題を整理し、解決策を一緒に考えてくれること。【3】マーケティングに知見があること。

フィーリング

データに基づいた提案ができる人、フィーリングも大事に

➤

現場感覚のある意見を得たいと考え、企業に勤務し役職に就いている人を書類選考で選抜。

➤

データに基づき先を読む業務に長けた2名を採用。面談で感じたフィーリングも大事にした。

分析・提案

さまざまなデータを開示し、データの分析と提案を依頼

➤

初月は週1ペース、その後は月1～2回のペースで打ち合わせを実施。チャットでも随時連絡。

➤

事業活動で蓄積したデータを分析してもらい、それに基づき様々な提案を得ている。

▶次ページ：良かった点・改善点など 29

想いを持った副業人材を活用して事業課題を解決し、ネットワークも拡大。

むかし田舎体験 水車むら

代表者名 保志弘幸
資本金 非公開
従業員数 ボランティア約100名
設立年 2017年
所在地 静岡県藤枝市
企業HP <https://suishamura.com/>



事業内容

- 藤枝市瀬戸谷地区は、かつては林業等で栄えたが、現在は過疎化の一途を辿っている。この瀬戸谷地区にある築250年の古民家施設を活用し、昔ながらの田舎体験ができる観光事業を行っている。

副業・兼業人材を採用した背景

- 事業の特性として、平日・冬季の集客に課題を抱えていた。休日は家族連れでほぼ満員だが、平日・冬季は予約が少ない状況だった。さらに、コロナ禍での状況悪化が重なり「平日・冬季だからこその企画を生み出せないか？」と考えるようになった。
- そこで、平日・冬季の企画を中心に、水車むらや瀬戸谷地区の魅力を活かした新しい田舎体験の企画・開発を目的として、NPO法人ESUNEが地域パートナーとして参加している「ふるさと兼業」を利用して人材募集を行うことにした。

実施内容と成果

- 「平日・冬季の集客企画を4か月間で開発する」というゴールを決め、この実現に向け全員一丸となり、熱量を生み出しながら取り組むイメージでプロジェクトを推進した。
- 1か月目は課題の共有とアイデア出し。2か月目には、副業人材3人を水車むらに招いて現地・現物を見てもらい、肌感覚で理解してもらった。3か月目に具体的なプランを企画。議論を繰り返しながら新サービスプランを完成させ、実行を開始した。
- 定期的な打合せは2週間に一度、オンラインで実施。それ以外にも、日常的にチャットツールを使ってコミュニケーション。議論が活発化し、プロジェクト推進に大きく寄与した。

成功のポイント

- ① 想いや行動力を重視する方針を立て、② 質問を通じて人物を見極めた。
③ 活動開始にあたりゴールを共有し、コミュニケーションも工夫した。

想い・行動力

経験やスキルよりも想いや行動力を重視する方針を立てた

- これまでの経験やスキルよりも「想いを持って共に事業に取り組める」「自律的に行動を起こせる」「今後の成長が期待できる」という点と人柄を重視する方針を立てた。

人物の見極め

質問を通じて求める人物に近いタイプかを見極めた

- これまでの経験や、どんなことができそうかという質問を通して、「瞬発力」や何事も前向きに捉えるポジティブなタイプかを見極めた。

ゴール設定

ゴールを明確に。コミュニケーションはチャットで活発に。

- 「平日・冬季の集客企画を4か月間で開発する」というゴールを決めて推進。チャットツールでコミュニケーションを活発化させたことがプロジェクト推進に大きく寄与した。

副業人材と社員同様のコミュニケーションを心がけ、社内外一丸となって商品開発プロジェクトを推進。

株式会社くればあ

代表者名

資本金

従業員数

設立年

所在地

企業HP

石橋衣理

2,000万円

87名

1989年

愛知県豊橋市

<https://www.nippon-clever.co.jp/>



事業内容

- 繊維加工業から始まり布団カバーや婦人服などを経て、現在は工業用メッシュフィルター加工を中心に事業を展開。高性能マスク等、自社のECショップを通じてB to C事業にも注力。

副業・兼業人材を採用した背景

- 商品開発を進め、国内外で戦っていくためには、商品の強みの権利化が必要だと愛知県の支援組織から指摘があったが、自社で知財の知識や経験がある方を見つけるのは難しいと感じていた。
- 県の支援組織から愛知県プロフェッショナル人材戦略拠点（以下、拠点）を紹介いただき、拠点から副業人材活用の提案があった。同団体を活用した外部人材の活用（出向等）を以前から取り組んでいたことから、副業人材の活用を決断。

実施内容と成果

- 人材会社に課題やニーズを事細かにヒアリングしてもらい要件定義を行った。応募人材についてもそれぞれがどういう人材なのかを解説いただきながら適した人材を選抜。
- 月に数回のオンラインミーティング以外でも、密にコミュニケーションを取れるように雑談も交えて社員と同じような距離感のコミュニケーションを行うよう工夫。
- アドバイザーとしてだけでなく、ざっくばらんに相談でき、試作品を送ってフィードバックやアイデアを出してもらった。その結果、商品の強み部分の権利化を行いながら、新商品開発を推進できた。

成功のポイント

①人材会社の助言のもと採用推進。②さらに、採用から契約までサポートを依頼。③社員同様のコミュニケーションを心掛け、成果を創出。

要件定義	人材会社の助言により要件定義、納得いくまで選考できた
➤ 課題やニーズを事細かにヒアリングしてくれたため、求める人材に必要なスキル・経験を明確化できた。面談にも立ち会い、些細な相談にも乗ってくれたため納得いくまで選考できた。	
人材会社の支援	採用時の悩み解消や契約も人材会社のサポートを受けた
➤ 副業人材の参画後も違和感があれば人材会社へ気軽に相談できた。スムーズに契約を進めるためのサポートもあり、不安なく進められた。	
相互理解	社員同様のコミュニケーションで成果を創出
➤ 社員と同じような距離感で、相手をリスペクトしたコミュニケーションを心掛け、副業人材からの提案やサポートを得られやすい雰囲気を作った。	

社内にはない知見や経験を持つプロ人材と新規プロジェクトを立ち上げ、社員の士気や仕事への姿勢が変化！

渡辺精密工業株式会社

代表者名

寺西正明

資本金

2,400万円

従業員数

44名

設立年

1947年

所在地

愛知県名古屋市

企業HP

<https://wsl-g.co.jp/>



事業内容

- 1ミクロン単位の金属切削加工技術を強みに、航空宇宙・自動車業界向け計測器・測定器の設計から製造、販売までを一貫して手掛ける。

副業・兼業人材を採用した背景

- 自動車業界は“100年に1度の大改革期”と言われ、ガソリン車がEV化することでパーツ点数は3分の2に。この現状に直面し変革が必要となったが、社内だけでは知見が足りず、しがらみや経験則に依存しない外部人材のサポートが必要と考えた。
- 営業戦略は、自転車に例えればハンドルと前輪。製造が後輪。製造を強化するために、営業戦略も営業体制も一段高いレベルへ引き上げる必要があった。
- 愛知県のプロフェッショナル人材戦略拠点から案内があり、副業人材の活用を決断。

実施内容と成果

- 業界や技術の知見を持つ、もしくは理解いただいた人材会社を利用して、納得いく人材と出会えるまで約3か月かけてじっくり対応した。
- 副業人材と契約前にプレキックオフを実施し、社員との顔合わせ、業務内容や期待値のすり合わせを実施。契約後、副業人材を顧問とした営業戦略立案プロジェクトを立ち上げた。
- 営業戦略については、自社技術を新しい市場、領域へ応用できそうか検討が進んでいるが、現在はまだ道半ば。一方で、新しい動向について社員が関心を持ち、結果として社風が変わるという副次的な効果が表れている。

成功のポイント

①業界や技術に理解ある人材会社を使い、②伴走する姿勢や提案をする人材を採用、③能動的にプロジェクトをリードすることを任せた。

人材会社の選定

該当技術や業界の採用実績を持つ人材紹介会社を厳選

- 業界、技術に理解のある人材紹介会社を選定。また、3社に絞り募集プロセスを効率化。

伴走・提案力

専門性に加え、伴走と現状に即した提案ができる人材を採用

- 面談の場で真剣に検討し対応可否をしっかりと伝えてくれ、かつ事業に対する理解が速く的確を射たアイデアを出してくれた方を採用。

牽引力

プロジェクトチームを立ち上げて副業人材がリード

- 新規プロジェクトチームを立ち上げ、社員を巻き込み新たな営業戦略の検討が進んでいる。
- 社風を変え、新しい取り組みに社内的関心を持ってもらえる副次的な効果も出ている。

業界経験に長けたプロ人材と組み、産学連携プロジェクトに参画できたことで新規事業の研究が進んだ！

協同海運株式会社

代表者名 西村譲治
資本金 4,790万円
従業員数 21名
設立年 1962年
所在地 三重県四日市市
企業HP <http://kyodokaiun.jp>



事業内容

- 四日市機帆船協同組合（創業昭和26年）を前身に昭和37年に設立。以来、内航海運を中心にエネルギー資源の海上輸送を行っている。

副業・兼業人材を採用した背景

- 火力発電所まで石炭を運ぶ海運業を生業としているため、このままだと火力発電所がなくなるのではないかと、という危惧があり、5年計画で次の柱となる事業を考えることとなった。
- 新規事業の担当は1名。情報収集からスタート。
- 三重県の産業支援センターからプロ人材を活用してはどうかというアドバイスと共に人材会社を複数紹介された。人材会社各社と会話する中で、全く何もないところから新規事業を見出すのは難しいとの思いに至り、港湾事業の範疇で新しい事業を作り出そうという方針を固めた。

実施内容と成果

- 港湾事業や船舶の知見がありコンサルタントとしても活動しているプロ人材と顧問契約。
- 月2-3回の打ち合わせをしながらプロ人材が既に関わっていた産学連携プロジェクトに参画するところから開始。船の自動運転など自社の知見や技術が活きる課題にも取り組み開始。
- プロ人材の人脈で新たにつながった人や研究機関などからも提案を受け、三重県内に留まらず関東や関西から新たな仕事の依頼を得ることもつながった。
- 産学連携や研究は時間がかかるため、まだ結果は出ていないが、新規事業立ち上げに向けた研究が進んでいる。

成功のポイント

①求める人物像を人材会社と一緒に具現化し、②三重県活性化の思いも重視して採用した。プロ人材からは③新たな視点や人脈を得られた。

人物像の明確化

新規事業案件を得意とする人材紹介会社と人物像を明確化

- 自社で人物像の基準を決めるのは難しいと考えたため、新規事業案件を得意とする人材会社へ依頼し、人材会社と対話を行う中で業界知見があり現実的な提案ができる人物と決めた。

活性化の思い

専門性に加え、三重県を活性化させたいという思いも重視

- 港湾事業や船舶の知見も持っていることに加え、三重県を活性化させたいという当社の思いと一致した方を採用。中小企業が実行可能な提案をしてくれたことも採用理由に。

新視点や人脈

顧問として、新たな視点や人脈を提供してもらった

- 当社の三重県への思いを理解した上で産学連携という新たな視点をもらえた。産学連携プロジェクトに参画し、国立機関・大学・大手企業等の人脈を得て、新規事業案が広がっている。

地域活性化の課題は専門人材の不足だった。副業人材の支援で地元名産のEC売上は伸び、海外展開も視野に。

Kumano Berry : 口熊野かみとんだ山桃会

代表者名 榎木美喜恵

資本金 —

従業員数 6名（非社員）

設立年 2015年

所在地 和歌山県西牟婁郡

企業HP <https://www.yamamomo.jp/>

事業内容

- 町木の「やまもも」を守りながらまちづくりに生かしたいという想いで、地元有志が立ち上げた任意団体。ブランドの「Kumano berry」を立ち上げ、商品開発・販売事業を行う。

副業・兼業人材を採用した背景

- 地域を活性化して、名産品である「やまもも」を使った事業に取り組みたいという想いがあった。しかし団体は素人の集まりのため、事業計画の立て方や事業の進め方がまったく分からなかった。経営が分かる専門人材を必要としていたが、採用するのは費用面から難しかった。
- 知り合いで既に副業人材を活用している人がおり、たまたま食事会でその話を聞いた。興味を持ち、副業人材と地方企業マッチングするスキルシフトのサービスを紹介してもらった。

実施内容と成果

- Webマーケティングスキルを持つ方にはECサイトやSNSを分析してもらい、載せる内容のアドバイスをもらっている。さらにバックオフィス業務に課題があったため、在庫管理システムの構築もサポートしてもらっている。
- まちづくり経験を持つ方には、過疎地域向け補助金の申請について支援してもらっている。事業計画の立案や書類作成のほか、役所に同行してもらうこともある。

成功のポイント

- ① 人選のポイントを明確にし、② 地方創生やまちづくりなどに詳しく
③ 同じ目線に立って考え、伴走してくれる人を採用した。

明確化

経験、スキルを明確化。さらに熱意を持った人物像を表現。

- お小遣い稼ぎという副業ではなく、私たちの活動に関心を持ち、想いに共感してくれる人をイメージして人材紹介会社・担当者のアドバイスのもと、求人を作成。

専門性

知識は必須、「専門的なアドバイスができる」人材を重視。

- 私たち（やりたいことを上手く表現ができない人）の希望を聞いた上で、分かりやすく専門的なアドバイスをしてくれそうな人材の採用を重視した。

伴走支援

在庫管理システムの構築もサポート、役所に同行も。

- 課題に感じていなかった在庫管理システムの構築も今後必要になると提案を頂き、サポートを受けている。役所に同行して不慣れな事務処理のサポートも率先して行ってくれる。

伸び悩む業界を復活させるには長期の取り組みが必須。この想いを共有できる副業人材と出会えたことが成果。

株式会社鳥塚

代表者名

鳥塚康弘

資本金

1,000万円

従業員数

16名

設立年

1985年

所在地

滋賀県長浜市

企業HP

<http://toritsuka.co.jp/>



事業内容

- 約50年に渡り琵琶湖湖北東岸で鮎養殖業を手掛け、蓄養から販売まで行う。琵琶湖産種苗のほか人工種苗（稚魚や卵）の生産に取り組み、種苗を河川放流用や養殖用として提供する。

副業・兼業人材を採用した背景

- 会社として緊急の課題は無いが、鮎業界全体の未来には課題がある。業界全体で鮎の売上は全盛期の約半分まで減少し鮎釣りをする人の数も減っている。また当社代表は2代目で30代だが、鮎業界は事業者の高齢化が進んでおり、業界として活性化の施策が打てていない。こうした中で、新しいことを始めて業界の底上げをしたいと考えた。
- 滋賀県長浜市では地域ビジネス活性化を目指した「助太刀プロジェクト」事業を行っており、プロジェクト関係者から、副業人材と地方企業をマッチングする「スキルシフト」を紹介されたことで取り組みを始めることとなった。

実施内容と成果

- 契約後1年間は鮎業界全体の流れや知識を学んで頂くために副業人材と契約後、月1回のペースで鮎関連の現場に副業人材に同行してもらって基礎知識を得られる環境作りを行った。また、鮎業界の人々とコミュニケーションを取り、業界を学びながら関係構築ができた。
- 今後は1年かけて得られた情報・知識をもとに、副業人材から企業に対して具体的なアクションプランを提案する予定になっている。

成功のポイント

①業界全体を変えていこうとする熱意、②業界を調べアクションプランを提案した副業人材を採用。③同業他社の相談にも応じる対応力も。

熱意

業界の未来を一緒に考えてくれる人を想定

➤

ニッチな業界なので、最初から鮎養殖の知識を持つ副業人材の方はほぼいない。むしろ鮎業界とは違う新しい視点を持って、業界の未来を一緒に考えてくれる人を想定。

提案力

専門性、探求心、「自分ならこうします」という具体的提案

➤

可能な限り鮎業界のことを調べ、「自分ならこうします」という具体的な提案をしてくれた。調べた時間が無駄になる可能性がある中で、探求力の高さも評価。

対応力

関係者に対してスキルを活かした提案を行う対応力の高さ

➤

他社から「実は業界の将来に危機感はあるが何をしたいかわからない」と話が上がり、副業人材から「こんなマーケティングはどうですか？」と積極的な提案があった。

▶次ページ：良かった点・改善点など

35

経験豊富なアドバイザーと実務担当者を副業で採用し、滞りないWEB運用を実現。

株式会社健幸プラス

代表者名 大濱 育恵

資本金 100万円

従業員数 31名

設立年 2014年

所在地 京都府京都市

企業HP <https://kenko-plus.co.jp/>

事業内容

- 【飲食事業】健幸弁当配食サービス・イベント/企業向け弁当配食サービス・健幸弁当DELIカフェ
- 【ヘルスケア事業】むかいじま健幸ステーション（まちの保健室）・訪問看護リハビリサービス・支え合い型ヘルプサービス・健幸教室
- 【メディカルサービス事業】通販事業・健康経営アドバイス事業

副業・兼業人材を採用した背景

- オンラインショップ運営担当者を2021年2月に採用したが、担当はその一人のみで、かつ社内で教育できる人がおらず、次第に業務が滞るようになり、結果、退職することとなった。
- 新たな運営担当者の採用を始めるが、なかなか希望に合う人が見つからなかった。
- 担当したいというメンバーも社内にはいたが、自社では育てられないため、やはり知見を持つ方の手助けが必要だと思っていた。

実施内容と成果

- 経験豊富なアドバイザーと経験の浅い実務者を合わせて採用。
- アドバイザーは、フリーランス歴20年以上の経験豊富な方。実務担当者は、WEB勉強中で仕事を始められたばかりの方。
- アドバイザーは、当社が実現したいことに対する最適な実現方法の提案、効率的な手順決め、外注先企業との交渉などを対応。また、実務担当者の相談役も担っている。
- ECサイトやHPの修正からスタートし、レンタルサーバーから自社サーバーへの移管によるコストダウン、新規ページ作成など、滞りないWEB運用を実現できている。

成功のポイント

①専門知識が無い自分達のサポート役を求め、②経験豊富な方と経験が浅い実務者を採用。③月初に優先順位を決め進捗も随時確認して推進。

サポート力

専門知識が無い自分達をやさしくサポートしてくれる方

- WEBやECサイトについて知見が無い自分達のやりたいことを汲み取って理解してくれる方。また、外注先の話を自分達が理解できるよう通訳できるスキルがある方を求めた。

相互理解

経験豊富なアドバイザーと経験が浅い実務者を合わせて採用

- ECサイトの知見・経験を豊富に有するアドバイザー的な方と、経験浅い方を実務担当として採用。両者とも子育て中の女性であり、働く環境を双方理解して進められると考えた。

進捗確認

月初にやることの優先順位を決め、進捗も随時確認

- 月1度の打ち合わせで、月間契約時間の16時間内で何を実施するか優先順位を決め、毎月の業務をスタートさせている。時間の過不足は随時チャットで連絡がある。
- 業務の進捗はWEB上のシートに随時記載されており、いつでも確認できるようにしている。

複数プロジェクトの推進を副業人材が対応。対応プロジェクト拡大に寄与。

NPO法人コミュニティリンク

代表者名 中西雅幸

資本金 ー

従業員数 26名

設立年 2008年

所在地 兵庫県宝塚市

企業HP <https://communitylink.jp/>

事業内容

- 「人をつなぐ。地域をつなぐ。テクノロジーで社会を変える」をミッションに掲げ、地域・企業・行政のつなぎ役となり、地域社会が抱える様々な課題や問題に対し、課題解決のためのプロジェクトを推進している。
- 現在は「自治体×スタートアップ」による協働開発＋実証実験プロジェクトの「Urban Innovation Japan」の運営、兵庫県内にあるインキュベーションオフィス「起業プラザひょうご」運営などを行っている。

副業・兼業人材を採用した背景

- Urban Innovation Japan (UIJ) のプロジェクト遂行において、自治体とスタートアップ企業の上に立ち、第三者的にプロジェクトを支援・進行していくプロジェクトマネジメントの人材のリソース不足が喫緊の課題だった。
- 正社員の採用活動をするも地域づくり、街づくりに興味関心があり、かつIT知識のある人は少なく、また人材側からは給与が見合わない等で採用が難航していた。

実施内容と成果

- IT業界でDX等の経験が豊富な3名を採用。
- 3名に6つのプロジェクトを割り振り、プロジェクトマネージャーとして稼働いただいた。
- 具体的業務は、自治体と企業の相互理解推進、論点とゴールのすり合わせ、課題解決のためのKPI設計、会議のファシリテーション、議事録記載、タスク整理など。
- これまで人材不足で手をつけられなかったことも副業人材活用で推進できると分かり、その後のさらなる副業人材活用（増員）へとつながっている。
- 新しい社外の人に関わっていただくことで、業務整理・マニュアル整備の動きも出てきた。

成功のポイント

①協働性と社会課題に共感を持てる方で、②面接では過去の同類経験を確認。③担当社員も決め、情報共有に留意してプロジェクトを推進

協調性・共感性

スキルに加えて、協働性と社会課題に共感を持てる方を重視

- IT業界でのプロジェクトマネジメント経験があり、自治体とスタートアップ企業の文化の異なる両者の協働性を引き出すファシリテーション能力とコミュニケーション能力、調整能力のある方。社会課題解決に情熱を持って取り組める方を求めた。

経験の確認

実力を見極めるために、面接で過去の同類経験を確認

- 自律的に仕事ができる方を見極めるために、仕事でも個人でも0からプロジェクトを立ち上げた経験があるか確認した。

情報共有

副業人材ごとに担当社員を置き、情報共有に留意

- 各プロジェクト1～2時間/週の打ち合わせ＋全体ミーティング月2回（オンライン）。副業人材ごとに担当社員が1名ついており、Slackを活用してフォローや情報共有を常に心掛けた。

SNS活用に長けた副業人材の力を借りて、半年でフォロワー1000人達成。SNS広告の出稿も開始。

いなばハウジング株式会社		実施内容と成果	
代表者名 山田真也 資本金 3,000万円 従業員数 9名 設立年 1998年 所在地 鳥取県鳥取市 企業HP https://inabahousing.com/ 		● プロ目線でのアドバイスを期待し、SNS活用に長けた1名を採用。 ● 副業人材と月1回のオンラインミーティングを実施。それ以外に必要なことがあれば平日の日中にメールでやりとりをしている。 ● 副業人材が作成したSNS基本解説資料を参考に、アドバイスを貰いながらSNSを運用中。 ● フォロワー1000人を目標に取り組み始めたが、半年で達成。想像以上の成果が出ている。住宅見学会でお客様からSNSを見たという声も増えており、現場でも成果を実感。 ● 次のステップとして、実施したSNS投稿に加えて、SNS広告の出稿も始めた。	
事業内容		成功のポイント	
● 前身の山田硝子店は1956年創業。60年の歴史で培った信頼のもとに、地域に根差した工務店として住宅の建築と販売を手掛ける。		① <u>リーダーシップのある人材で</u>、② <u>質問をすぐに回答してくれる安定感のある方を採用</u>。③ <u>最初にSNSを基本から解説してもらえた</u>。	
副業・兼業人材を採用した背景		リーダーシップ 知識&経験「上から引っ張り上げてくれる」人材を募集	
● これまでの営業活動は折込チラシやポスティングがメインで、住宅購入の主な客層である若年層に届いていない心配があった。ネットPRの必要性を感じて数年前にSNSを始めたが、どんな内容の投稿をしていいかわからず、まったく使えていなかった。 ● 地元ハローワークから当初UIターン人材採用を提案されたが、都会の大手企業で働く人に同等の給与は出せない。そこでハローワークから副業人材を紹介され、副業なら費用をあまりかけずに同等レベルの人材を得られると考えた。		➢ プロ目線でアドバイスがいただける方で、SNSのビジネス活用について知識を持ち、リーダーシップが取れるような方を募集した。	
		安定感 人材紹介会社にアドバイスを頂きながら採用基準を固めた	
		➢ 人材紹介会社の担当者にアドバイスを頂きながら副業人材の採用基準を固めた。 ➢ 安定感があり知識経験を兼ね備えた副業人材を採用。	
		説明力 最初にSNSを基本から解説してもらえたのが良かった	
		➢ 初回打ち合わせで、副業人材の方が20ページぐらいの資料を準備してくれた。その資料を使ってSNSの基本から解説してもらえたため、スムーズにスタートできた。	

副業人材からプロのノウハウを学び、経営者も社員も成長。デジタルマーケティングの取り組みも開始。

あすとみらい株式会社

代表者名 武良英昭
資本金 300万円
従業員数 4名
設立年 2018年
所在地 鳥取県米子市
企業HP <https://www.asutomirai.jp>



事業内容

- フリーランスとして活動していた代表が2018年に起業。鳥取県西部を中心に、土地や戸建て、マンションなどの売買・賃貸仲介のほか、リフォームも手掛ける総合不動産会社。

副業・兼業人材を採用した背景

- 起業したばかりでまだ個人事業主に近く「経営課題が明確になっていない」ことが課題だった。今後の経営方針を明確にするため、外部の客観的な意見を頂けた方や壁打ちできる方を求めていたが、周辺には存在しなかった。
- 鳥取県が作成した副業人材活用のパンフレットを、書店で手に取ったことがきっかけ。副業人材の活用方法を知り、報酬を払って知見のある方から定期的なアドバイスを受けられるのは地方企業にとって嬉しい仕組みと感じ、一度試してみることにした。

実施内容と成果

- 4名の副業人材を採用し、それぞれに別の業務を依頼している。広告代理店経験者には、マーケティングや広報を。経理経験者には、経理から財務まで。その他、鳥取の不動産を都心居住者へプロモーションするための施策についての相談なども行っている。
- 異分野の副業人材を活用し、担当社員への教育・ノウハウ共有を行っていただいている。
- デジタルマーケティングの専門家にアドバイスを頂いたおかげで、ホームページの閲覧数や平均滞在時間が3倍に向上した。実際に売上につながる例も出てきている。
- 助言を受けて、事業の計画性を持てるようになったのも大きな成果。

成功のポイント

- ① **ノウハウを教えたい！という育成への関心がある方で、**
② **一緒に仕事がしたいと思える方**を採用。③ **問題点の指摘も歓迎。**

思いの強さ

報酬が目的ではなく、貢献したい気持ち強い方を想定

- 報酬が目的ではなく「地域を盛り上げたい」「自分の持つノウハウを伝えていきたい」など、社員の育成にも取り組んでもらえそうな方を想定した。

フィーリング

「一緒に仕事をしたいと思えるか」も重視

- オンラインミーティングで使い方が分からない機能を分かりやすく解説してくれるなど、「一緒に仕事をしたいと思えるか」は重要だと感じた。

問題指摘

自分で気付かない問題点の指摘も歓迎

- 「単価が低いわりに手間がかかる仕事をしていませんか？それはあなたが本当にやりたいことですか？」と厳しい指摘を受けることもあるが、問題が明確になり、助かっている。

副業人材の支援により2ヶ月でECを立ち上げ。それをきっかけに会社が変わり始めた。

株式会社吉備総合電設

代表者名 山下 誉議
資本金 3,000万円
従業員数 70名
設立年 1963年
所在地 鳥取県鳥取市
企業HP <https://kibix.co.jp/>



事業内容

- 鳥取県内の企業や官公庁を中心に、電気設備や消防・防災設備などの工事を手掛ける。また、防災関連事業を展開、消防設備の保守点検や消火器など防災用品の販売も行う。

副業・兼業人材を採用した背景

- 一般消費者の知名度を上げるため、BtoC事業として防災グッズのECを立ち上げたいと考えていた。しかし、ECの知識は無く、どのように取り組んで良いか分からず、地元の金融機関へ相談した。
- 金融機関には鳥取県が立ち上げた「とっとりプロフェッショナル人材戦略拠点」を紹介され、副業人材活用について知った。
- ECは成果が出るかどうか分からない新規事業のため、正社員の募集はできなかった。副業人材であればそれほど費用をかけずにスキルは得られるので、副業人材を活用することになった。

実施内容と成果

- IT企業に勤めていて販売経験もある方を採用。EC立ち上げは、代表と副業人材のみで推進。コミュニケーションはオンライン会議ツールやチャットツールを使って行っている。
- 副業人材から小規模ECを簡単に作れるサービスの提案があり、それを使ってECを約2カ月で立ち上げ完了。その後、オリジナル防災バックの企画など、商品開発や商品選定についても副業人材に相談中。
- EC立ち上げをきっかけに他事業でも副業人材活用開始。工事図面を書いていただける方や、SDGs企業認証制度の申請書類を作成していただける方を採用。会社が変わり始めている。

成功のポイント

①募集意図を伝える資料を応募者に配布、②意見・提案を確認し、最終的には人柄と話しやすさで選定。③代表自らが副業人材の良さを理解。

募集意図の明示

募集意図や企画コンセプトの記載資料を配布し意見を求めた

- 細かい要件を決めずにとりあえず募集を開始。その後、募集意図や企画コンセプトをまとめた資料を作成。応募者に資料を送って意見を頂いた上で選考を進める流れに改めた。

人柄・同じ目線

人柄が良く、同じ目線で実行可能な提案をくれた方を採用

- 難しい提案や将来の施策を話す応募者もいたが、知見が無い新規事業のため、人柄や相談しやすさ・話しやすさを重視。最終的に同じ目線で実行可能な提案をくれた方を採用。

他事業への波及

代表自らが副業人材の良さを理解し、他事業にも広めた

- 代表が副業人材とのEC立ち上げを通じて副業人材の良さを理解。他事業でも副業人材活用を開始した結果、外部人材に任せるという発想が社員に生まれ、会社が変わり始めている。

新サービスの全国展開を目指して情報発信。プロの力で販路拡大の道筋をつける。

株式会社バイタルリード

代表者名 森山昌幸
資本金 4,500万円
従業員数 49名
設立年 1998年
所在地 島根県出雲市
企業HP <https://www.vitallead.co.jp/>



事業内容

- 創立以来、「交通」というキーワードを中心に据え、道路計画や公共交通計画、観光振興や地域活性化の計画、費用便益分析などの事業評価といったコンサルティング業務を行う。特に、地域公共交通の計画策定においては、様々な自治体での業務実績を有する。

副業・兼業人材を採用した背景

- 新しいサービスとして乗合タクシー配車サービス「TAKUZO」をリリースしたが、中四国だけでは市場規模が小さいため、全国の自治体や交通事業者への展開を考えていた。
- 自社の営業部門が中四国でのフィールドセールスの経験しかないことと、社員が4名と少なく、全国展開にあたっての販売方法を考える時間もなくて困っていた。
- 中途採用も募集をしていたが人が集まらなかった。

実施内容と成果

- 関西在住のインサイドセールス経験者（30代男性）を採用。
- WEBサイト作成支援／WEBサイト掲載記事更新のサポート／オンラインセミナーの企画・実施・司会／セミナー運営を自走できるように支援いただいている。
- 月に2回のオンライン会議とチャットツールでのやり取りを実施。人材側が休日など連絡が取れない日は事前に社内にそれを共有していただいている。
- セミナーに対する高評価が届くようになり、官庁、企業からも問い合わせが入るようになった。

成功のポイント

- ①求めるスキルと自走化を明記、②仲介事業者による選考サポート、③プロジェクト進捗を社内で共有。

明確化

求めるスキルと自走化

- インサイドセールスの経験を活かして全国展開ができる方。また、社員が自走できるようにテクニックを教えていただける方を求めた。

仲介事業者

困ったときは仲介事業者に相談

- 外部人材活用に慣れていなかったのが仲介事業者に相談した。面接を含めて伴走支援していただき、課題を見つけてもらいながらマッチングに繋がると外部人材活用がうまくいく確率が高くなると実感。

社内共有

プロジェクト進捗の社内共有

- 月1回の企画営業部の会議で社員へ共有するとともに、経営計画発表会で外部人材を活用する旨を説明。自社の不得手な部分を手伝ってもらうことを伝えた。

副業プロ人材の活用により経営課題を特定し、解決へのアクションを明確化。

中澤建設株式会社

代表者名

中澤豊和

資本金

8,800万円

従業員数

24名

設立年

1965年

所在地

島根県雲南市

企業HP

<http://www.nakazawa-ken.co.jp/>



事業内容

- 創業から50年以上、地域密着型でインフラを中心とした土木事業、公共事業及び民間向け新築・リノベーション工事等の事業を展開。

副業・兼業人材を採用した背景

- 県の「よろず支援拠点」に相談する中で、副業人材の活用について教えてもらっていた。
- 中長期経営計画の策定にあたって、経営課題を明らかにし、アクションプランを策定する必要があった。しかし、経営コンサルタントに支援を依頼すると非常にコストがかかるため、スポットかつ低コストで支援を依頼できる副業人材の活用を決断した。

実施内容と成果

- 当社が何をしていくべきか、その課題特定の部分から支援可能な人材を紹介いただいた。
- キックオフのタイミングでは、副業人材に島根県の当社まで一度足を運んでもらった。その後は、基本的にはオンラインミーティングを月に1〜2回実施し、月8時間程度の稼働。1回4時間ずつの月もあれば、4時間はミーティングで、残り4時間は実際に手を動かしてもらった場合もある。
- 副業人材からは当社の課題を具体的に指摘してもらい、決算書観点からの助言や、具体的なアクションの提案をもらっている。

成功のポイント

①支援拠点の助言を受けながら募集要項を具体化。②当社に寄り添ってくれる人材を採用、③経営課題を可視化し、アクションプランへ。

支援拠点の助言

支援拠点の助言のもと、人材の要件定義を円滑に進められた

- 支援拠点で副業人材の活用事例や、県内での活用実績について教えてもらった。また、要件定義につながる当社課題の前さばきを行っていただいたことで、要件定義が円滑に進んだ。

寄り添う人材

当社の状況を理解し、寄り添ってくれる人材を採用

- 丁寧に質問から入ってくれ「課題を一緒に解決できたら」というアプローチで提案いただいた。正論を述べるだけでなく、課題に真摯に対応してもらえそうな伴走可能人材を採用。

経営課題可視化

現状分析から課題を可視化し、実行可能な提案につなげた

- 月数回の打ち合わせと提示された宿題への対応により、会社の課題点を可視化できた。
- 具体的な指摘や決算書観点からの助言、実行可能なアクションプランの提案を頂いている。

▶次ページ：良かった点・改善点など 42

経験豊富な副業人材の本質的なアドバイスで、ECサイト運営のノウハウを学べた

ひかわ食品加工株式会社

代表者名 加藤幹夫
資本金 1,000万円
従業員数 9名
設立年 2008年
所在地 島根県出雲市
企業HP <https://www.hikawa-foods.co.jp/>



事業内容

- 島根県産のトマトを皮や種までまるごと使い、他社製品には無いトマトケチャップやトマトジュースなど加工食品を製造。

副業・兼業人材を採用した背景

- 自社商品のECサイトでの販売強化を目指していたが、商品や会社の知名度が全国的には低く、サイトそのものも認知されていなかった。また、EC開設後の運用ノウハウも無かった。
- EC関連の担当者を置く余裕がなく、グループ会社社員が兼務で運営を担当。このため強化策構築や実践に限界を感じていた。
- 金融機関や財団からアドバイスを受け、製品ブランディングからECサイトの企画・制作までカバーできる人材を副業人材として募集した。

実施内容と成果

- 大手食品会社やアパレル企業でWEBマーケティングに従事し、ECコンサルティングや副業で食品メーカーのEC構築も行っている人材と契約。
- 業務開始に合わせ販売店を視察してもらった。その後は定期的に打ち合わせを行ってきた。
- ECサイトを「作れば売れるだろう」と甘く考えていたが、それが認識不足であることを教えていただいた。
- ライバルが多い中で広告の仕掛け方やSNSの活用方法、ふるさと納税などを使った売り込み方など、どのようにサイトや商品に注目を集めるか、その考え方を学ぶことができた。

成功のポイント

- ①求める人物像を明確化し、②商品に対する考え方と人柄を重視して採用。③副業人材からは新たな考え方やノウハウを得られた。

人物像の明確化

「一緒に手を動かして伴走してもらえるか」を重視

- 都市部や大企業での経験があり、情報を持っている人が基本的な条件。アドバイスだけではなく、当社のスタンスに合わせて成長に向けて伴走支援してもらうことも重視。

人柄

人柄の良さやコミュニケーションをしっかりとれるか

- 経験値がかなり高いレベルの応募者もいたが、それよりも面談でのコミュニケーションを通じて人柄や「一緒にやってもらえるか」を判断。実際の商品に対する感想や見方も重視。

新たなノウハウ

ECサイトの基本的な考え方と「次の一手」への知見提供

- サイトを「作ればいい」という認識不足を正してもらった。競合も多い中でどのように集客するかや、サイト・商品の見せ方について知見を提供してもらった。

副業人材の活用により経営課題を特定し、解決へのアクションを明確化。

松江市 定住企業立地推進課	
代表者名	上定昭仁（市長）
資本金	-
従業員数	1,600名
設立年	1889年
所在地	島根県松江市
企業HP	https://www.city.matsue.lg.jp/

事業内容	
● 移住定住と企業立地の二部門にて編成。移住定住の促進と、雇用の場の確保を目的とした企業誘致が密接な関係にあるため、定住企業立地推進課として機能をまとめている。	
副業・兼業人材を採用した背景	
● 島根県プロフェッショナル人材戦略拠点主催のセミナーを受講し、副業プロ人材の活用手段を知る。 ● 松江市のPR目的で開発したスマートフォンアプリの登録者数が頭打ちになり、なかなか増えなくなっていた。そんな中、会員数を増やすための施策としてアプリ開発業者から提案された企画が本当に有効なのか、費用は妥当なのかが判断できない状況にあった。 ● スマートフォンアプリのマーケティングに詳しい人材に第三者としてアドバイスをもらう必要があると考え、副業プロ人材の活用を決断した。	

実施内容と成果	
● 人材紹介会社の支援により求人作成から募集までスムーズに進められ、1週間で60人の応募があった。 ● 人材スクリーニングや面接も人材紹介会社に支援してもらい、最終的に1名に絞り込んだ。 ● 週1回、市と副業人材でオンラインミーティングを実施。必要に応じて、アプリ開発業者（以下、ベンダー）も交えて打ち合わせを行った。 ● ベンダーの提案内容や取り組み、費用の妥当性など、ベンダーに直接質問しにくいことをいろいろと相談。アプリの方向性について目途が立ったため、6ヶ月でプロジェクトを完了。	
成功のポイント	
①人材紹介会社の支援のもと求人を進め、②特に質問しやすい人を採用。③ベンダーとの打ち合わせにも同席してもらい一緒に議論。	
人材紹介会社	人材紹介会社の支援を受け要件定義や募集、面接を進めた
➢ 求人作成からWEBでの募集まで人材紹介会社の支援のもと進めた。 ➢ 人材スクリーニングや面接も人材紹介会社に伴走支援してもらった。	
人柄	経験豊富な人材の中から特に質問しやすい人材を採用
➢ 質問に丁寧に答えてくれるなど、初心者にも分かりやすく教えてくれる姿勢を持った、経験豊富な人材を採用。	
打合せ同席	ベンダーとの打ち合わせにも同席してもらい、一緒に議論
➢ ベンダーからの提案内容や取り組み、費用の妥当性などを副業人材に相談。 ➢ ベンダーとの打ち合わせにも同席してもらい一緒に議論した結果、アプリの方向性が明確に。	

外部人材の参画により、民間の知見を取り入れてDX推進計画と事業案の策定・ブラッシュアップを推進！

岡山市 政策企画課	
代表者名	大森雅夫（市長）
資本金	-
従業員数	8,460名
設立年	1889年
所在地	岡山県岡山市
企業HP	https://www.city.okayama.jp/



事業内容	
岡山市における主要な政策の調査研究・総合調整、大規模事業の企画立案、各種統計調査、DXの推進等を実施。	
副業・兼業人材を採用した背景	
- 岡山市では「岡山市DX推進計画」を策定。本計画は、地域社会全体でDXを推進することにより、地域経済の発展と市民一人ひとりの幸せを実現することを目指すもの。 - 今後、多様化・複雑化する市民ニーズに的確に対応しながら、岡山市として目指している計画を実現するには、行政の考え方に捉われない柔軟な発想とアイデア、専門的な知見を持った外部人材が必要と判断。 - 他自治体の状況を参考にしつつ、今回は委嘱を前提とした民間の外部人材登用を進めることとし、企画・提案を実施。人材紹介会社と契約して、外部人材の登用を進めた。	

実施内容と成果	
- 自治体ならではの考え方や仕事のやり方に捉われない、現状打破が可能な民間の外部人材を「Society5.0」DX推進の戦略マネージャーとして2名採用。 - 書類選考を経た採用面接では市の要求に応える提案や、限られた予算の中で実現可能な施策を提案できるかをプレゼンにより判断。 - 副業人材は月間約20時間稼働。他自治体での業務経験をもとにDX計画の全体構成をどうするか、どんな要素を盛り込むべきかなど助言いただいた。その結果、その様々な助言のもと事業をブラッシュアップできた。	
成功のポイント	
①求める人物像を明確化して応募意欲も喚起。②実行可能で具体的な提案ができる点を重視して選抜。③民間の有益な知見を得られた。	
人物像の明確化	人材紹介会社と要件を明確化、応募意欲の喚起にも注力
- 人材紹介会社との打ち合わせ及びヒアリングを綿密に行い、テーマや依頼業務を明確化。 - 応募意欲喚起のために挑戦心を刺激する表現にも注力した。結果、約100人の応募者を獲得。	
提案力	人材に具体的な提案をプレゼンしてもらい選抜
市の要求に応える提案や、行政の考え方にとらわれず、かつ限られた予算の中で実現可能な施策が提案できるかに主眼を置き、プレゼンを行ってもらってから人材を選抜。	
助言	他自治体の事例及び民間の知見をフルに活用した提案・助言
- 本業であるコンサルティングの手法をフルに活用し、プロ視点での助言がなされた。 - 人材からの提案を受け、計画の一部見直し及び実行可能な事業内容にブラッシュアップした。	

Webマーケティングの専門家を得てEC売上を拡大。ITによる生産性向上やクラウドファンディングも実現。

株式会社瀬戸内ジャムズガーデン

代表者名

松嶋匡史

資本金

100百万円

従業員数

26名

設立年

2003年

所在地

山口県大島郡周防大島町

企業HP

<https://www.jams-garden.com/>



事業内容

- 山口県の周防大島で、6次産業（農業・食品加工・カフェギャラリー営業）の事業を展開。地元農家と自社農園で作った果物をジャムやリキュール酒に加工し、販売している。

副業・兼業人材を採用した背景

- 島外の方への販路開拓としてWebを強化したいと考えていたが、日進月歩で進化するWebマーケティングの専門知識を持っているような人は島にはおらず、人材確保が難しかった。
- 大学生向けのインターンシップ運営や副業兼業人材と企業のマッチングを行っている事業者に相談したところ、副業人材の活用を進められた。

実施内容と成果

- 東京在住で大手通信会社勤務の方を採用。
- オンラインでの打合せがメインだが、必要に応じて泊りがけで島に来ていただくこともある。
- 当初は週1回程度の打ち合わせを実施。契約から3年以上経過した現在も継続中で、今は必要な時に必要な頻度で打合せや現地作業をいただいている。
- EC売上向上のためのサイト構築やクラウドファンディングの企画・運用、社内システムの入替えなど多岐にわたる業務を必要に応じて提案・実行されている。
- コロナ禍で卸先の売上が壊滅的に下がった中でもEC販売が好調。利益率は2倍に伸びた。

成功のポイント

- ①中長期的な関係性を求めて募集。②当社と地域に寄り添ってくれる人を採用し、③将来のビジョンや価値観を摺り合わせ、信頼関係を構築。

地域に馴染む

地域に根差した仕事なので、地域に馴染める人柄も重視

- 求めるスキルはWebマーケティングの専門家。地域貢献型の事業でもあるため、地域の環境に馴染んで長期間働くことができる人柄の方を探した。

寄り添う提案

当社に寄り添った提案をしてくれるかを選考ポイントに

- 会社を好きになってもらえそうかどうかを重要視。ブランドを良く理解し、共通認識を持って実行可能なWebマーケティング方法を見出してくれると感じた方を採用。

共通認識

中長期的なビジョンや価値観を共有し、フレキシブルに対応

- 中長期的に実施したい施策やゴールについて共通認識を持ち、必要な時に必要な頻度で打合せや相談ができる。常に信頼して質問できる相手になっており、安心して話せる。

徳島の森林資源と木工技術を活かした自社製品を全国へ。プロ人材の力を借りて販路開拓が進んだ！

西部木工

代表者名

西岡章

資本金

非公開

従業員数

13名

設立年

1989年

所在地

徳島県阿南市

企業HP

<https://seibuwood.jp/>



事業内容

- シンプルさと使いやすさを追求した家具屋。造り付け、オーダーメイド家具に加え、インテリア家具の自社商品ブランド「ARTISAN（アルティザン）」も展開。

副業・兼業人材を採用した背景

- 徳島県内の会社から新築向け家具を受注して製作・販売するという事業形態。
- 一方で、家具製作過程で出る端材を有効活用したいと以前から考えており、自社製品の開発・製作に取り組んでいた。モノは作れるが、課題は販路開拓だった。
- そんな中、地域と関わりたい都市部の人材と徳島県をつなぐプロジェクトのことを知り、プロジェクトの一環として都市部人材に工場見学に来ていただける機会を得た。

実施内容と成果

- 工場見学者10名の中から最終的に2名を採用。1名は営業・マーケティング系。もう1名はデザイナー。自社製品の開発・販売に関する助言だけでなく、実務もお願いできる人を選定。
- 営業・マーケティング系の人材には営業全般を支援していただき、販売戦略立案からプレゼン資料作成、ターゲットへの営業活動、商談設定まで行っていた。
- デザイナーには、端材活用のアイデア出しからプレスリリース作成に加え、経営デザインシートの作成など経営全般の支援まで行っていた。
- 結果、商談が次々と進み、まだ受注は取れていないが、成約に至る手応えを感じている。

成功のポイント

①実務含めて支援してくれる人を求め、②具体的な提案を頂いて選考。③助言だけでなく実務も依頼し、自社製品の開発・販売が前に進んだ。

幅広い支援

自社製品の開発・販売を実務含めて支援してくれる人

- 首都圏への営業や販路開拓ができること、端材活用のアイデア出しやデザインができることを条件とした。

提案力

具体的な提案を頂いて選考、人材紹介会社にも支援を依頼

- 工場見学者10名の中から新たな気付きを得られる提案があった4名に絞り、個別に面談を行い2名を採用。人材紹介会社には面談調整や話をまとめるまで伴走していただいた。

実務対応

助言だけでなく実務も依頼して、開発・販売を前に進めた

- 1名には販売戦略立案に加えてプレゼン資料作成、アポ取り、商談等の実務も依頼。
- もう1名には、端材活用のアイデア出し、プレスリリース作成、経営全般の助言を依頼。

▶次ページ：良かった点・改善点など 47

想いを共有できるパートナーのような存在が見つかったことで、新規事業のブラッシュアップが進んだ！

株式会社ソフトビレッジ

代表者名 片岡幸人

資本金 50万円

従業員数 1名

設立年 2007年

所在地 高知県高知市

企業HP <https://www.soft-village.net/>

事業内容

- 地方が抱える人口減少や高齢化等の問題を解決するIoTサービスの提供。地方企業や自治体の課題解決に向けた、IoTやクラウドの活用支援・ITコンサルティングサービスの提供。

副業・兼業人材を採用した背景

- IoT技術を活用した新たな高齢者見守りシステムを自社で開発。その事業計画やプロモーション戦略立案ができる人材が必要となった。とはいえ、ほぼ一人で経営する会社のため、新たに人材を採用して育成すると、手間も時間もかかりすぎてしまう。
- これまで人材を探す際は、IT系コミュニティの中で探していた。しかし、代表自身が副業経験を持っているため、数年前から副業人材と仕事をしたいとも考えていた。
- そんな時、高知県の担当者から、地方企業と都市部の副業人材をマッチングするサービスの紹介を受けた。費用もそれほどかからないので、試してみようと思った。

実施内容と成果

- 求めるスキルとマッチし、強い熱意も感じた方と、新たな視点でアイデアを出してくれたメンター（助言者）になってもらえるユニークな方、計2名を採用。
- 想いや熱意を重視したことで意気投合し、新規事業の将来を語り合うことができる人材が見つかった。現在は副業人材のおかげで新規事業のブラッシュアップが進んでいる。また、副業人材と定期的に合宿も行い、関係性を深めることもできている。
- 経営者にとってまさに「経営のパートナー」という存在を見つけることができた。今後副業を離れてもずっと付き合っていきたいと思える人材と繋がれたことも大きな成果。

成功のポイント

- ①事業の将来を一緒に考えてくれる人を想定し、②面接では、**想いや熱意を重視**。③副業人材にも**メリットを提供し、良好な関係を構築**。

将来をともに

同じ想い・視点で事業の将来を一緒に考えてくれる人を想定

- 新規事業の立ち上げを支援してくれて、さらに事業の将来も一緒に検討できる人材を想定。
- 報酬が目的ではなく当社と同じ想いを持ち、同じ視点で考えてくれることを重視した。

想いや熱意

面接では想いや熱意、人材のユニークさを重視

- できるだけ多くの応募者と面接。面接で重視したのは、想いを共有できるかという点。
- 採用は2名。熱意が強くスキルもマッチした方と、新たな視点を与えてくれるユニークな方。

メリットを提供

自身の副業経験を活かして、副業人材にもメリットを提供

- 月に数回オンライン会議を実施。お互い忙しいため、チャットツールも利用している。
- 知人を副業人材に紹介するなど、双方にメリットがある取り組みを意識している。

副業人材の力を借りて、県の重要課題である企業誘致促進に向けた戦略づくりを実施。

高知県 商工労働部 産業デジタル化推進課

代表者名	濱田省司（県知事）
資本金	-
従業員数	13,415名
設立年	1871年
所在地	高知県高知市
企業HP	https://www.pref.kochi.lg.jp/



事業内容

- 県内産業の振興を図るため、今後とも成長が期待されるとともに、特定の場所への依存が少なく、若者の就職希望の多いIT・コンテンツ関連産業の集積に向けた企業誘致の取組を推進。

副業・兼業人材を採用した背景

- 産業デジタル化推進課の課題として、企業誘致に関して、限られた予算で成果を最大化するため、こういった企業をターゲットとするかなど、企業誘致に向けた戦略作りが必要だと考えており、その検討にリソースを割きたいと考えていた。
- また、県の政策として、県内企業のデジタル化を推進。そのための手段の1つとして、県内企業における副業人材活用を促進している。この施策の推進にあたり、まずは担当部門自らが副業人材活用を経験する必要があると考えた。
- そこで、この戦略づくりの検討を深化させるため、副業人材を活用することにした。

実施内容と成果

- 当初は1名の予定であったが、最終的に2名を採用。得意とする領域が異なる2名であり、それぞれの立場からアドバイスを得ることでより深く考察できることを期待した。
- 2名とは基本的に個別にやりとりした。異なる意見が出ることもあったが、逆にそれが考察を深めるきっかけとなったと考えている。
- 最終的に、企業誘致のターゲットや推進の切り口を整理できた。具体的な取組案についての検討も合わせて行い、2023年度の予算案に反映できた。

成功のポイント

① スキルに加え相談のしやすさも重視し、② 一緒に働きたいと思える人材を選定。③ 打ち合わせの生産性を最大化すべく、段取り良く対応。

同じ目線	専門スキルに加えて、同じ目線に立ってもらえるかも重視
➢ 戦略策定に関する専門知識と経験、スキルを有することに加えて、担当職員と同世代（30-40代）で、同じ目線に立って相談に乗れる人材を求めることにした。	
フィーリング	面談では「一緒に働きたいと思えるか」を判断基準に
➢ 書類選考では「高知県への思いが感じられる」「応募書類のわかりやすさ」を重視。 ➢ 面談では、話していて「一緒に働きたいと思えるか」など感性的な部分を重視した。	
段取りの良さ	担当者がしっかり準備し、打ち合わせの生産性を最大化
➢ 月2回のオンライン打ち合わせとチャットツールを活用し、副業人材とやりとり。担当者が資料の事前準備や事後の修正に段取りよく対応し、打ち合わせ時の生産性を最大化。	

現場で社員と動いてくれる副業人材のおかげで、新卒採用の基礎的なノウハウを得ることができた！

大森商機株式会社

代表者名 大森雄
資本金 4,000万円
従業員数 非公開
設立年 1948年
所在地 愛媛県松山市
企業HP <https://omsyouki.co.jp/>



事業内容

- 愛媛県を中心に四国・九州で林業・木工機械と製材プラントを販売し、関連機器の取り扱いや装置の開発製造も行っている。これらの活用ソリューションで木材産業全体のプロデュースも。

副業・兼業人材を採用した背景

- 以前は高卒の技術職を採用できていたが、ここ数年は思ったように採用できなくなっていた。大手サイトで大卒の採用活動を始めたが、それも採用には繋がっていなかった。
- 一方、もっと積極的に採用活動を行おうと思っても、人事専任の社員はおらず、社内にノウハウが無かった。
- そんな時、人材紹介会社から副業人材マッチングサービスの紹介を受けた。コンサルタントへの依頼や採用担当者の中途採用も考えていたが、副業の方なら必要なノウハウを得た上で費用を抑えられると考えた。

実施内容と成果

- 新卒採用に社員とともに丁寧に1つずつ関わっていただきたかったため、経験があることを前提に、人柄も重視して選考。現場に入っていただく想定で、時間の融通が利く点も重視。
- 副業人材選定の面接には、一緒に働くことになる新卒採用担当者も同席し、一緒に決めた。
- 副業人材は、新卒採用の進行管理や資料作成、説明会でのファシリテーションなどに深く関わっている。新卒向け会社説明会開催時には、松山市まで来ていただいている。
- 新卒採用の基礎的な部分は十分できあがったと評価している。副業人材のアドバイスが無ければ「学生に対してどうPRすれば良いか？」ということも分からなかった。

成功のポイント

- ①新卒採用を引っ張る人材を求め、②助言だけでなく実践も可能な人を選考。③現場での実践含め、深く関わっていただいている。**

牽引力

新卒採用をリードできることに加え、言語化スキルも求めた

- 新卒採用でやらなければいけないことをしっかりリードしていただけること。また、学生に対して会社の魅力をどう伝えと効果的か、客観的に言語化するスキルがあることを求めた。

実行力

実践の場で一緒に関わっていただける人を選考

- 社員が今後自分達だけでできるようになっていくことを目指し、助言だけでなく実践の場で一緒に関わっていただける人材かどうかを確認。人柄や社風に合うことも選考基準に。

現場実践

採用時に重視した通り、現場での実践も依頼

- 社員とともに、新卒採用スケジュールに合わせての進行管理や会社説明の資料作成、新卒向け会社説明会でのファシリテーションなど深く関わっていただいている。

人材やアイデアとの出会いを求めて副業人材を募集。社長と相性の合う優秀な人材の採用に成功。

株式会社JiHAN

代表者名 堤真一
資本金 2,500万円
従業員数 5名
設立年 2014年
所在地 福岡県久留米市
企業HP <https://jihan100.jp/>



事業内容

- 自動販売機に関する企画・プロデュース・レンタル・販売などを手がける。
- 無人販売の購入顧客管理を実現するためのAI開発なども展開。

副業・兼業人材を採用した背景

- マーケティングを十分にできていなかった。アウトソーシングを利用していたがミスマッチが多く、当社が必要と考えるマーケティングを実現できていなかった。
- 当社が取り扱う自動販売機は、個性的でユニークなものばかり。そうした自動販売機について、テーマの設定、キャッチコピーやデザインの作成などを含めたブランディングを実施したいと考えていた。

実施内容と成果

- 当初、自動販売機のブランディングを依頼したが、副業人材の能力や性格から、任せたい業務が変わっていった。現在は、企業自体のブランディングを依頼。ロゴのデザイン、制作物の作成など、ブランディングに関する業務をほぼ一任している。
- 当該業務に関しては月額予算内で実行。外注の判断や実際の委託なども、すべて副業人材に任せている。副業人材への月額報酬額としては当初の3倍以上になっている。
- 定例の打ち合わせというものはなく、必要に応じて都度スケジュールを調整し、打ち合わせを実施。現地訪問は月1回のペース。

成功のポイント

①一緒に考えてくれる人を念頭に、②会話のテンポも含め、相性の合う副業人材を採用。③遂行能力の高さから依頼業務は拡大傾向。

伴走支援

自社商品のブランディングと一緒に考えてくれる人を念頭に

- 自動販売機のブランディング強化にあたり、一緒に考えて伴走していただける方を求めた。
- 様々な応募者から多様な提案、アイデアを聞いてみようと考えていた。

フィーリング

提案力があり傾聴する姿勢と、押し出す姿勢が高バランス

- 面談はすべてオンラインで実施。応募者に対して当社のビジョンや困っていることを伝え、どのような回答・提案が返ってくるのかといった反応を見た。

遂行能力

高い能力とフレキシブルな取り組み姿勢から、依頼業務拡大

- 当社から「こういう取り組みはどうだろう」と持ち掛けた提案に「やりましょうよ」と応じてくれるフレキシブルな姿勢、相性が良い人材に巡り会えた。

新卒採用の仕組み作りにプロ人材を活用し、自走できる仕組みを1年で構築。新卒採用数も順調に増加。

株式会社サンコウ

代表者名

池松優充

資本金

3,000万円

従業員数

75名

設立年

2002年

所在地

福岡県大川市

企業HP

<http://www.sankou-s.com/>



事業内容

- 全国に名が知られる「大川家具」ブランドの家具メーカー。
- 資材の仕入れから加工、商品化、小売店への卸しまですべて自社で一貫して対応。自社で店舗を持たず、卸売だけに徹底。

副業・兼業人材を採用した背景

- 新卒採用に課題があった。毎年2～3名の新卒を採用しているが、多くの学生には競合他社を優先されてしまう状況。会社の強みや魅力をしっかりと訴求し、第一志望の学生を増やしたいと考えていた。
- 人事部を設置しておらず、60歳になる専務が一人で高校・大学を中心に採用業務全般を担当していた。他の業務もあり多忙な中で、若い世代に適したコミュニケーションツールやメッセージを検討するのが難しい状況だった。
- 採用担当の育成や、属人的ではない採用基準をしっかりと設けたいと考え、プロ人材を活用することにした。

実施内容と成果

- 月2-3回のオンライン打合せを実施。普段はチャット、メール、電話で随時やりとり。
- 2-3か月に1度は来社し、社長はじめ採用チームメンバー（社員）4名と終日打合せ。プロ人材が採用リーダーとなり、チームメンバーの役割分担、業務指示を明確にしていた。
- 採用業務の仕組み作りについては、プロ人材が具体的策を提案し、社長が決定。
- 取組開始後、初年度の新卒採用説明会エントリーは過去実績の数倍になる30名を達成。
- 初年度で新卒採用の仕組みを作れた。目標にした「社員だけで自走できる新卒採用業務の仕組み作り」は達成できたと言える。2023年4月には6名入社予定。定量的な成果も出せた。

成功のポイント

①目標と達成期限を明確にし、②社員と共に実現できそうな人材を採用。

③社員を交えたチームを編成し、ノウハウの落とし込みに成功。

目標設定

目標設定を明確にし、期日までに達成できそうな人を念頭に

➤ 「2年以内に新卒採用の採用力を強化し、採用業務の仕組みを作り、自社社員だけで自走できるようになること」と目標設定した。また、それを支援できる方を求めた。

人柄

人柄の良さと、当社のために意見をはっきり述べる方を採用

➤ 経験に加えて人柄を重視。明るく素直で、良いものは良い、悪いものは悪いと、想いと考えをはっきり言ってくれる方。設定した目標を実現できそうな方を選定した。

信頼関係

社員を交えた採用チームを編成し、ノウハウを落とし込み

➤ プロ人材が採用リーダーとなり、4名の社員が実行部隊というチームを編成。社員にノウハウを落とし込んでいった。代表ともコミュニケーションを取り、お互いに信頼関係を築いた。

▶次ページ：良かった点・改善点など 52

保有する技術を活かして新規事業を創出する。

株式会社イネックス

代表者名 小田奈津子

資本金 1,000万円

従業員数 10名

設立年 1997年

所在地 長崎県長崎市

企業HP <https://inex-corp.co.jp/>

事業内容

- 照明のプランニングから設計・オーダーメイド製造まで行っている。また、この照明事業を軸にしながら自然エネルギー事業（環境事業）を展開。現在は放熱事業にも取り組んでいる。

副業・兼業人材を採用した背景

- 先代からの事業承継後、既存事業だけの難しさを感じて新規事業の検討を始めた。
- 先代のときにLEDの課題である放熱に関する技術で特許を取得し、引き合いも多かった。しかしながら、事業化には至っていなかった。市場調査・マーケティングから改めて取り組みたいと考えたが、社内にノウハウは無く、どう動けば良いか悩んでいた。
- そんな時、日本政策金融公庫からのメールマガジンで副業・兼業活用を知り、頼ってみることにした。

実施内容と成果

- 専門性が違う3人の人材を採用。副業人材としてマーケティング系と弁理士。兼業人材として技術に明るいコンサルタントで、営業もできる方。
- 副業人材は、2名同時参加のオンライン打ち合わせを月2回行い、各種相談を行うスタイル。
- 兼業人材の方は毎週オンライン打ち合わせを行い、営業活動内容を煮詰めて実行まで依頼。
- 副業人材・兼業人材が一同に会する打ち合わせも行い、事業戦略を練っていった。
- 結果、100近い見込み客と話ができ、17社が商談化。その中から6社がサンプル提供（有償）まで進んだ。量産の話も出ており、想定より速く事業化できる手応えを感じている。

成功のポイント

- ①人材紹介会社にも助言を頂きながら進め、②質問力も重視して人材を選定。③実務を依頼できる人も採用し、営業実務を依頼した。

人材会社の支援

事業を人材紹介会社に理解いただき、人材の助言を頂いた

- 経営側の立場になって事業化を一緒に検討してくれることやマーケティング戦略を作れることを重視。人材紹介会社にも事業内容を理解いただき、適する人材に関する助言を頂いた。

質問力

ゼロベース思考や質問力を重視して人材を選定

- ゼロから営業スタイルを作るにあたり、ゼロベース思考ができそうかを見極めた。
- 自社及び技術理解が重要なため、質問力も重視。自分の話を一方的に行う方は不採用に。

実務遂行力

実務を依頼できる人も採用し、商談先開拓を進めてもらった

- 専門性が違う3人の人材を採用（副業2名・兼業1名）。副業人材は助言中心。兼業人材には助言に加えて営業実務も依頼し、商談先開拓をどんどん進めてもらった。

中期経営計画の要である「情報発信力」の強化及び人材育成を、副業プロ人材の活用により実現！

旭タカロン株式会社

代表者名

市橋東洋

資本金

2,000万円

従業員数

87名

設立年

1990年

所在地

大分県宇佐市

企業HP

<https://www.asahi-takaron.jp/>



事業内容

● 年間50トンの不要になったスーツや衣類を再利用した反毛を利用して、防音・吸音・遮音機能を要するフェルト部品にリサイクルする環境循環型ビジネスを展開。

副業・兼業人材を採用した背景

● 中期経営計画の柱に「営業マーケティング力強化」と「人財育成・採用強化」を据えたが、情報発信力（広報）の弱さと、営業を強化する事業領域拡大施策、未来を支える若手人財の確保が大きなボトルネックとなっていた。

● 大分県主催のセミナーで副業人材活用について知り、副業人材の活用を決断。

● 「ITマーケティング力」は必須の社員スキルと考え、副業人材の講師から「IT・WEBマーケティング」というテーマで社員が講義を受けることとした。

実施内容と成果

- 当社が何を目指し、どのような人材を必要としているか、当社の課題や解決策をよく理解いただいたうえで、人材会社から全国の幅広い人材を紹介してもらった。
- 企業理念、ビジョンに近い地域振興の考え方を持った人材を採用。価値観が合っていたことで、的確な提案を頂いたり、建設的な議論を行うことができた。
- 副業人材から教えていただいたWEBマーケティングの基本に則り、ホームページでの情報発信を強化。結果としてホームページ経由での採用問い合わせが増えた。また、今までなら想像ができなかったような問い合わせが大手企業様から来るようになった。

成功のポイント

①求める人物像を明確にし、全国から募集。②マインドも重視して採用。③副業人材任せではなく、一緒に作ったカリキュラムで人材育成。

人物像の明確化

求める人物像を明確にし、人材を全国から募集

➤ 当社が何を目指し、どのような人材を必要としているかを県内事例をもとに明確化し、人材紹介会社へ具体的に伝えた。その上で、該当経験・スキルを持つ人材を全国から募集した。

マインド

専門性に加え、マインドが合致する人材を採用

➤ 世の中の役に立ちたいという地域振興のマインドがベースにあり、地域を盛り立てようとする姿勢の人材を採用。

カリキュラム

一緒に作ったカリキュラムでマーケティング基礎を習得

➤ 副業人材と議論の上、自社ニーズに合わせたカリキュラムを設計して「マーケティング基礎」の講義を社内実施。学んだことを早速実行した結果、問い合わせが増えた。

Webマーケティングの知見をプロ人材から伝授され、会社全体の意識が変わった

株式会社栄工社	
代表者名	仲摩和雄
資本金	1,000万円
従業員数	17名
設立年	1963年
所在地	大分県大分市
企業HP	https://www.oita-ikosha.co.jp/index.html
	
事業内容	
● CADの入出力やデータ出力をはじめ、チラシやポスターのオンデマンド印刷など、印刷技術を活かした事業を展開。	
副業・兼業人材を採用した背景	
● WebマーケティングやSNSの発信を通じて販路拡大や売り上げ増大を模索していたが、専門的知識やノウハウを持った人材が社内になかった。 ● 会社のHP作成・運用を行う担当社員はいるが、メイン業務との兼務であり、マーケティングまで注力する余力が無かった。 ● 外部の知見を取り入れ、社内人材に継承することを目的として副業人材の採用に踏み切った。	

実施内容と成果	
● 大手旅行会社やクラウドファンディング企業でのマーケティング経験を持ち、地域企業の支援経験も豊富な20代の副業人材と契約。 ● オンラインミーティングを週1回実施。当初3カ月の契約だったが、双方合意の上で6カ月に延長。 ● Webマーケティングの基本的な考え方についてアドバイスを受けつつ、HPの改善に着手。社員が新たな知見を獲得し、会社全体としてWeb活用の意識を向上することができた。	

成功のポイント	
<u>①求める人物像を明確化し、②進め方は議論しながら適宜軌道修正。③プロ人材からWebへの意識付けや新たな知見を得た。</u>	
人物像の明確化	Webマーケティング施策をゼロから立ち上げ可能な点を重視
➢ 大手企業でのマーケティング経験や、地域企業の支援経験があり、Webマーケティングの施策をゼロから作り上げられる知見とノウハウ、経験値があることを重要視。	
軌道修正	アドバイスに従い、計画やスケジュールを迅速に変更
➢ 当初3カ月間の契約だったが作業量負担を考えると難しく、6カ月に延長することを前提にスケジュールを再編。無理なく作業が進むようにお互いが工夫した。	
新たな知見	Webへの意識や新たな知見を獲得
➢ 会社全体としてWeb活用意識が強くなった。また、専門的な観点からの知見を得てHP運用やマーケティングに関する考えを深める契機となった。	

「マーケティングのプロ」である副業人材を“先生”として、マーケティングの実現と自走を目指す。

株式会社フォルクスウェア

代表者名 黒田拓士

資本金 600万円

従業員数 14名

設立年 2011年

所在地 熊本県熊本市

企業HP <https://volksware.jp/>

事業内容

- 店舗オーナー向けの店舗アプリ作成サービス「みせプリ」の運営。オリジナルの店舗アプリを作成してストアに公開可能。
- 他にもタクシー配車アプリ作成サービス「タクプリ」を運営。

副業・兼業人材を採用した背景

- 売上向上の施策として、自社サービスの価値、それを利用する顧客、その顧客が求めているものなどを明確に定義した上で、どのような企業に何を訴求していくか、どのようにブランド認知を高めていくか、といったマーケティング戦略を策定・実行しようと考えた。
- 自力でマーケティングを実行しようと勉強もしたが、ハードルの高さを実感。マーケティング人材の採用も検討したが、熊本で優秀な人材を確保するのは難しく、時間もかかる。まずは経験のある専門家の力を借りて、しっかりマーケティングを実行するとともに勉強したいと考えた。

実施内容と成果

- 当社が何を目指し、どのような人材を必要としているか、当社の課題や解決策を人材会社によく理解いただいた上で、全国の幅広い人材を紹介してもらった。
- プロモーション戦略を立案することをゴールとし、それに向けて何を達成していくかマイルストーン（各種調査、外部環境と内部環境の分析、強みと弱みの分析、ポジショニング、自社サービスの価値定義など）を設定。タスクフォースを組んで取り組んでいる。
- 定例の打ち合わせは月2回、1回あたり1時間半。

成功のポイント

- ①求める人物像を明確にし、全国から募集。②経験と実績を重視して採用。③副業人材を核に、チームワークで課題解決。

人物像の明確化

専門性を持つプレイヤーであり、社員教育できる人材を募集

- プレイヤーとしてのマーケティング経験を有するスペシャリスト、かつ将来的には自走できるように、マーケティング担当社員の教育と育成も任せられる人材を募集。

経験と実績

プレイヤーとしての経験と実績を見極め採用

- マーケティング会社に約10年勤務し、プレイヤーとしての経験も実績も豊富で、求めている専門家であると判断した人材を採用。

マイルストーン

ゴールとマイルストーンを明確にして、チームワークで推進

- ゴールに向けて何を達成していくかマイルストーンを明確に設定し、経営者・営業責任者からなるタスクフォースを組んで取り組んでいる。

セミナーで副業人材活用を知り、すぐ挑戦。5名採用し、短期間で新規事業やデジタル化を実現できた。

株式会社KDS熊本ドライビングスクール

代表者名 永田佳子
資本金 1,000万円
従業員数 61名
設立年 1976年
所在地 熊本県熊本市
企業HP <https://www.k-ds.net/>



事業内容

- 熊本県で50年以上の歴史を持つ自動車学校を経営。障がい者向けの免許取得支援を手掛けるなど、社会福祉事業にも取り組む。2022年には就労支援事業所「KDSネクストカレッジ」を設立。

副業・兼業人材を採用した背景

- 主な顧客である若者のニーズを取り込む必要があった。しかし当社のような地方の中小企業には、マーケティングやITに強い人材がいなかったため、新しいことに取り組めなかった。
- 発達障がいを持つ方の免許取得支援をしているが、免許取得だけで終わってしまうことが課題だった。次につなげるため就労支援事業を立ち上げたいと思ったが、ノウハウが無かった。
- 九州財務局が2019年に行った副業人材活用セミナーで初めて副業人材を知った。都会の大手企業で働く方が、月数万円で手伝ってくれるのか半信半疑だったが、ダメ元で試してみた。

実施内容と成果

- やりたいことがいくつかあったため5名を採用。IT、マーケティング、福祉事業経験者など。
- オンライン会議やチャットツールを使ったやりとりが基本。現場の社員と直接やりとりしていただき、社員への落とし込みまで依頼。
- IT化については、会計クラウドサービス導入を支援してもらった。ほかにもホームページのリニューアルやSNS広告、スマホアプリ活用などについて支援を受けている。
- マーケティングは副業人材にレクチャーいただき、今は社員で対応できるまでになった。
- 福祉事業経験者に指導を受け就労支援事業所を開設できた。開設後も伴走支援を受けている。

成功のポイント

- ①企業の想いに共感してくれる人材を採用。②双方の期待値があっているかが重要。③経験者の知見を活かし、早期に新規事業を立ち上げ。

共感性

当社のミッションに共感してくれる人をイメージして募集

- 事業を通じて社会貢献したいという想いがあり、当社のミッションに共感してくれる人。
- 報酬目的ではなく、同じ想いで熱心にやってくれる人をイメージした。

相互一致

当社の想いと人材のやりたいことが合致しているか

- 全員とオンラインで面接を実施。重視したのは、副業人材のやりたいことと、当社の想いがしっかりマッチするかという点。自身のやりたいことをしっかり語ってくれる方を採用。

新規事業

新規事業では、経験者の的確な支援により早期に成果を創出

- 就労支援事業の立ち上げでは、福祉事業経験を持つ方に巡り会えた。開設から運用支援まで依頼、開設後もスタッフ研修などで引き続き伴走してもらっている。

高品質で安価な商品の全国展開に向け、副業人材と一緒に進めることでマーケティングの検討・実行が加速！

株式会社岡田花店

代表者名 岡田明利
資本金 300万円
従業員数 4名
設立年 1961年
所在地 宮崎県延岡市
企業HP <https://miyazaki-flower.com/>



事業内容

- 事業の柱は生花販売。店舗での販売、配達、冠婚葬祭における各種装飾、フラワーアレンジメント教室の運営などを手がける。
- 2019年、中国・大連に商社「大連延岡商貿有限公司」を設立。

副業・兼業人材を採用した背景

- 2019年に設立した中国現地法人は、販売店舗の閉店等、新型コロナウイルスの影響を受け、輸出事業を中心とした業務に変更。
- 2020年、都城市のレジャー施設から、施設で使用するポリエチレン製ボール（PEボール）の調達について相談を受け、中国現地法人から輸入。商品の品質・価格について高い評価を受け、全国のレジャーランドなどに販売を拡大しようと考えた。
- 中国現地法人のビジネスとして、継続性のある業務を創出したいと考えていたので、副業人材の力を借りてPEボールの輸入・販売をその一つにしたいと考えた。

実施内容と成果

- 副業人材と契約後、月1～2回、Zoomで定例打合せ、それ以外はグループLINEでやりとり。
- 大型レジャー施設などターゲット顧客を200社余りリストアップ。九州・四国の企業にチラシ配布を実施。
- 今後はWebマーケティングも必要と考え、現在ホームページの再構築を進めている。PEボールの品質、価格、豊富なデザインなどを訴求する内容で、ターゲット顧客に情報発信していく。
- PEボールの小ロット販売も検討開始。ターゲットとニーズ、競合などを調査中。

成功のポイント

①柔軟性を期待して若い年代を募集し、②傾聴力と発信力のバランスが取れた人材を採用。③当事者意識が高く、一緒に考えてくれる。

柔軟性

感覚の柔軟さ、インターネットへの強さを重視

- 「感覚の柔軟さ」「インターネットへの強さ」などの観点で、できるだけ若い年代からの意見を求めたいという意図から、募集年齢を「25歳～34歳」とした。

共感性

傾聴力、共感力、「自分ならこうします」という熱意

- 話をよく聞く姿勢、自らも積極的に話をするなど熱意を感じ、話が弾んだ。また、当社に対する共感の高さも、一緒に仕事をしてみたいと思う決め手となった。

当事者意識

「この人に相談すれば何でもできる」という信頼感

- 実現への道筋を、知見を基に一緒に考えてくれる。解決できない内容でも、自身の人脈を活用するなど当事者意識が高く「この人に相談すれば何でもできる」という信頼感がある。

地域の有名塾が、オンライン塾で全国展開へ。副業人材の的確な助言で、顧客獲得の実現を目指す。

株式会社白谷塾

代表者名

白谷皓司

資本金

300万円

従業員数

8名

設立年

2009年

所在地

宮崎県延岡市

企業HP

<https://shiratanijuku.jp>



事業内容

- 中学生・高校生を対象とした学習塾を地域の3ヶ所に開設し、創業13年で1000人以上の卒業生を輩出。オンライン教室を全国展開中。

副業・兼業人材を採用した背景

- 2015年にオンライン授業のサービスを開始したが、当時はスマートフォンもあまり普及していないなど、オンラインサービスの提供・利用に関する負担が大きく、サービスを普及できずいったん終了していた。
- コロナ禍で通塾が制限を受ける一方、オンラインでのリモートサービスが普及。教育分野でもオンラインサービス需要が高まったことから、終了していたオンライン授業のサービスを再開しようと考えた。
- 既にシステムや実施体制は整っており、サービス再開は問題がなかったものの、どのように顧客を獲得するかマーケティングが課題であった。

実施内容と成果

- 提示する情報や提案が最も具体的な内容であった副業人材1人を採用。
- オンライン教室の顧客獲得施策（SNS情報発信、広告出稿など）に関するアドバイスを依頼。
- 定例打ち合わせを週1回1時間実施。YouTube・Instagram・LINE公式アカウントの運営に関する課題を担当者が提起し、それに対して副業人材からアドバイスを受ける形式。そのアドバイスが宿題のようになり、担当者が次回までに実行することで前に進んでいる。
- YouTubeチャンネルを再構築し、約14,000人の登録者を達成。2023年1月には、LINE公式アカウントでの教材販売トライアルを実施。県外のみで約40冊売れ、手応えを得た。

成功のポイント

①マーケティングの実務経験者を募集。②具体的な指示でゴールに導いてくれそうな人を採用し、③プロジェクトマネージャーとして機能。

マーケティング

マーケティングに関するビジョン、スキル、経験を求めた

- 目指すゴールに必ずたどりつくことができる具体的なビジョン、スキル、経験を求めた。
- 「この人が出した宿題を実行すれば、必ずゴールにたどりつくことができる」を示せる人。

提案力

情報や提案内容が最も具体的な人を採用

- 面談した7人から有用な情報や提案が得られた中で、提示する情報や提案が最も具体的な内容であった副業人材1人を採用した。

PJマネージャー

副業人材は指示、社員は実行と役割分担

- 定例ミーティングでマーケティング施策に関する具体的な指示やアドバイスをいただき、その指示に基づき、社員が実際のオペレーションを実行することによって業務を推進。

▶次ページ：良かった点・改善点など 59

経営課題の抽出・整理から副業人材がサポート。EC事業の本格展開の土壌づくりを実現。

株式会社太	
代表者名	中島常夫
資本金	100万円
従業員数	6名
設立年	2018年
所在地	鹿児島市城南町
企業HP	https://futoshi-inc.com/
	
事業内容	
- 県内にて飲食店2店舗展開、デリバリーサービスにも参入。全国の百貨店への催事出店、各種イベント出店事業も展開中。 - EC事業：消費者向け通販、中小規模の飲食店向けの販売を展開。	
副業・兼業人材を採用した背景	
- 地方ではEC事業の重要性は大きく、当社でも自社ECを有し、EC事業を展開していた。将来的にはEC事業を事業の大きな柱にしていきたいと考えていたが、社内にノウハウが無く、事業の展開をなかなか進めることができなかった。 - かかる状況を踏まえ、社内にEC事業の体制を構築し、内製化を図りつつ、事業を進めていきたいと考えた。	

実施内容と成果	
1年以上契約しており、現在も稼働中。新商品開発、社内のEC担当者の育成、ECで販売する商品のレビュー、冷凍グルメの販路拡大にあたっての情報収集など、多岐にわたって協働。 - 一番の成果は、EC事業の内製化が着実に進みつつある点。副業人材のサポートで、思考や課題を整理してアクションを進めることが可能になっている。 - 副業人材と共同開発した新商品がフックとなり、2023年1月開催のイベント「ふるさと祭り」において、2ブース出店が決定。以降は、出店準備プロジェクトを推進中。 - リモートでの打ち合わせは月次で2回、1時間から2時間程度実施。	
成功のポイント	
①<u>応募者多数の中から</u>、②<u>経験値、コミュニケーション能力、積極性がある人材を選考</u>。③<u>当事者意識が高く安心して任せられる</u>。	
相互理解	課題を明確化できず、幅広い人材からの応募を期待した
➢ 人材要件を厳格化せず、新商品開発から販売戦略まで幅広く募り、多数の応募者の中から、コミュニケーションが取りやすく、会社と一緒に動いてくださる方を求めた。	
総合力	経験値、話の分かり易さ、寄り添う姿勢、積極性が決め手
➢ 経験値に加え、話が分かり易く、副業人材を活用する上での不安を取り除いてくださった。また、採用面談時から経営課題を発見し、解決策を提案する積極姿勢も決め手になった。	
当事者意識	当事者能力や当事者意識が高く、安心して任せられる
➢ 副業人材が持つ経験値、ノウハウを提供するだけでなく、全社的に指導して貰っている。企業と副業人材の双方で役割分担を行い、進捗を確認しながらアクションを進めている。	

副業・兼業人材 活用ノウハウ

副業・兼業人材活用とは？

優秀な外部人材のスキルを借りて
自社の「経営課題」解決に取り組む
新たな人材活用方法

副業・兼業人材活用サービス

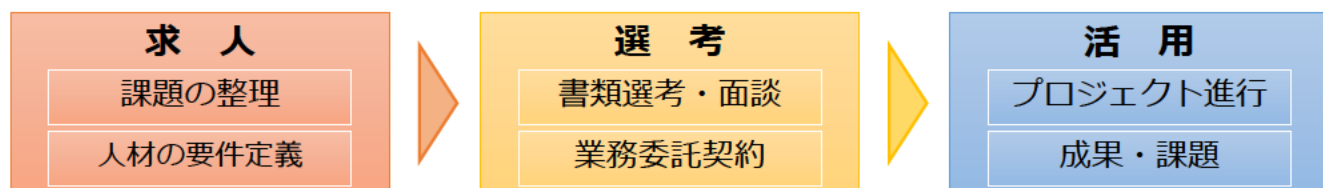
公的機関

無償型
(ハローワーク)

民間事業者

成功報酬型（採用時に費用）
初期投資型（掲載時に費用）

副業・兼業人材活用サービスの流れ



副業・兼業人材 活用ノウハウ

1. 求人の書き方【求める人材と出会うためのポイント】

- 課題の整理と人材イメージ
 - 面談時に提案がもらえるよう、できるだけ**明確な課題を提示**
- 経営者の想いに共感
 - 副業・兼業人材は**企業の力になりたい**。本気で思える企業での副業を求めている。

2. 選考時の基準やコツ【選ぶ基準は？面談までの準備】

- 企業や事業への共感
 - 企業や行っている事業、**経営者の想い**、地域への思い入れなどへの共感があるか
- 具体的な提案
 - 提案が**具体的**かつ**実現の可能性が高い**もの。**企業の事情をよく汲み取っている**か。

3. 契約時の注意事項【業務委託契約などの手続きや契約期間】

- 業務委託契約（機密保持契約含む）の締結
- 最も多い契約期間は、「半年～1年」
- 報酬は、[3～10万円/月・10万円以上/月]
 - 報酬3万の場合、打ち合わせが「月1～2回」といった形の契約が多い。

4. プロジェクトの進め方【進め方のポイント】

- 目的/役割の明確化
 - **ゴールと役割を明確に**することで目標達成に近づく。
- 副業・兼業人材へのフォロー
 - **人材が働きやすいよう、環境を整える**。同じ会社の仲間として接する。

5. 成果と課題【どのようなモノが生まれたのか】

- 目標達成
 - 掲げていた**目標を達成**。やりたいことを実現できた。
- 社員の成長
 - 副業・兼業人のノウハウや仕事に対する姿勢など、**社員の成長につながっている**。
- 有益情報の獲得
 - 自社だけでは得られなかった**情報を得ることができた**。

事例集（抜粋）

①いなばハウジング株式会社（鳥取県 / 従業員数9名）

IT活用

**SNS活用に長けた副業人材の力を借りて、半年でフォロワー1000人達成。
SNS広告の出稿も開始。**

課題

ネットPRの必要性を感じて数年前にSNSを始めたが、どんな内容の投稿をしていいかわからず、まったく使えていなかった。

人材

月額3万円

※10名の応募

1名採用

プロ目線のアドバイスを期待
SNS活用に長けた方を採用

活動

副業・兼業人材と月1回のオンラインミーティングを実施。必要なことがあれば平日の日中にメールでやりとり。副業・兼業人材が作成したSNS基本解説資料を参考に、アドバイスを貰いながらSNSを運用。

成功のポイント

①リーダーシップのある人材

②質問をすぐに回答してくれる安定感

③最初にSNSを基本から解説してもらえた。

■ 求人作成時

➢ 知識&経験「上から引っ張り上げてくれる」人材を募集

■ 採用時

➢ 人材紹介会社にアドバイスを頂きながら採用基準を固めた

■ 活動時

➢ 最初にSNSを基本から解説してもらえたのが良かった



②西研グラフィックス株式会社（佐賀県 / 従業員数120名）

販路開拓

該当エリアの営業経験を持つプロ人材と組み、新規事業の販路開拓を推進！

課題

近年の新聞印刷部数の落ち込みで、将来が不安になった。そこで、異種業に自動化機器を納入する新規事業を始めることを決め、販路拡大を検討

人材

月額5万円

※6名の応募

1名採用

近隣に住んでおり、
製造業の経験かつ営業の経験を持つ方

活動

副業・兼業人材の人脈を使って九州近郊の会社に営業活動を実施。リストを渡して新規顧客獲得も実施。副業・兼業人材と情報共有を綿密に行ってPDCAを速やかに回すことで、後回しになりがちな新規開拓を計画通りに進捗させることができた。

成功のポイント

①人材紹介会社と人物像を明確にした

②伴走支援を期待できる人を採用。

③新規顧客開拓専門の人材にした。

■ 求人作成時

➢ 地方×営業人材の実績を持つ人材紹介会社と人物像を明確化。

■ 採用時

➢ 専門性に加え、販路開拓を伴走支援いただけそうな方を採用

■ 活動時

➢ 情報共有を綿密に行い、PDCAを速やかに回した



【問い合わせ先】

経済産業省
地域経済産業グループ
地域経済活性化戦略室
TEL：03-3501-1697

【参考】

■ 経済産業省 「地域の人事部」

□ [HP]https://www.meti.go.jp/policy/sme_chiiki/jinjibu/index.html

■ 中小企業庁 「令和2年中小企業・小規模事業者人手不足対応ガイドライン等」

□ https://www.chusho.meti.go.jp/keiei/koyou/2020/200522hitodebusokugl_press.html

[HP]



[HP]

