

令和 6 年度

四国経済産業局における地域中小企業・小規模事業者の人材確保支援等事業

事業報告書

株式会社パソナ JOB HUB

目次

1. 事業概要.....	5
実施スケジュール（事業全体）	5
事業における成果概要	5
2. 課題解決人材セミナー.....	7
①概要.....	7
②広報物.....	7
③プログラム内容	8
④実施の様子.....	8
⑤参加者一覧.....	8
⑥アンケート結果	9
⑦動画（アーカイブ）	10
⑧所感.....	10
3. 集中支援.....	12
香川県坂出市・善通寺市	12
愛媛県新居浜市	13
徳島県阿南市・徳島市	14
高知県.....	15
4. マッチング	16
【1】 課題解決人材の募集に向けた取組	16
①概要.....	16
②広報物.....	17
③プログラム内容	17
④実施の様子.....	17
⑤アンケート結果	18
⑥所感.....	19
【2】 チェックインイベントの開催	21
①坂出＋高知.....	21
②新居浜	21
③阿南.....	22
【3】 フィールドワークの開催.....	22
①坂出現地フィールドワーク	23
②新居浜現地フィールドワーク	23
③阿南現地フィールドワーク	24
④現地フィールドワーク所感	25
⑤坂出オンラインフィールドワーク	26
⑥新居浜オンラインフィールドワーク	27

⑦阿南オンラインフィールドワーク	27
⑧オンラインフィールドワーク所感	28
【4】 マッチングの実施	29
①坂出/善通寺	29
②新居浜	29
③阿南	29
④高知県	30
⑤マッチング結果一覧	30
⑥所感	39
5. 優良事例収集	40
①概要	40
②KBN 株式会社の事例	40
③有限会社紅葉屋の事例	41
④所感	41
6. 経営支援機関向けセミナー・ワークショップ	42
【1】 支援ネットワークモデル紹介セミナー	42
①概要	42
②広報物	42
③プログラム内容	42
④実施の様子	43
⑤アンケート	43
⑥所感	44
【2】 支援機関向け人材活用ガイドラインワークショップ	45
①坂出	45
②新居浜	46
③阿南	47
④高知	48
⑤所感	49
7. 成果報告会	50
①概要	50
②広報物	50
③プログラム内容	50
④実施の様子	51
⑤アンケート	51
⑥所感	52
8. フォローアップ調査	53
【1】 令和 6 年度参加企業に対するフォローアップ	53
【2】 令和 5 年度参加企業に対するフォローアップ	55

9. 事業全体.....	58
【1】事業実施目標（KPI）	58
【2】事業全体総括	58

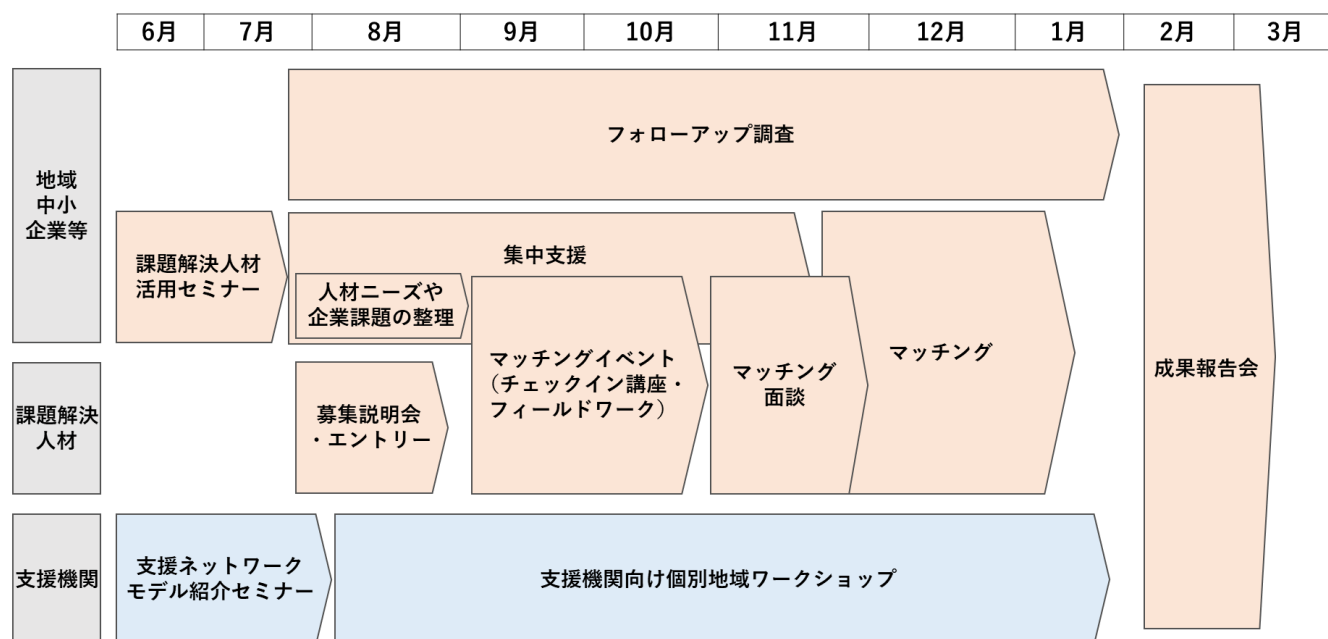
1. 事業概要

少子高齢化を背景とした生産年齢人口減少に伴う人手不足に加え、エネルギー価格の高騰やデジタル化による産業構造の転換など、地域の中小企業・小規模事業者（以下、「中小企業等」という。）を取り巻く環境は急速に変化している。こうした経営環境の変化に対応し、中小企業等が持続的に成長・発展するためには、付加価値の拡大や労働生産性を向上させる多様な人材が不可欠である。

経営課題を解決するために専門的な知識や豊富な経験を有する人材（以下、「課題解決人材」という。）のニーズは高いものの、給与水準や移住等が課題となり「常勤」「正社員」の雇用形態で確保することは難しい状況である。従来型の正社員登用の手法に代わり「兼業・副業」を切り口に、課題解決人材の活用が浸透しつつあるものの、地域中小企業における認知度はまだ低く、人材不足解消策の選択肢に挙がらない実情がある。

本事業では、中小企業等の経営力強化や人手不足に対応できるよう、兼業・副業を行う課題解決人材と経営課題を抱える管内中小企業等とのマッチングを通し、人材の確保また経営課題の解決を支援する。あわせて、人材活用ガイドラインを用いながら、地域の支援機関等が企業の人材確保支援を行うためのノウハウの習得およびネットワークの構築を行った。

実施スケジュール（事業全体）



事業における成果概要

課題解決人材活用セミナーでは、「経営課題を解決する新たな人材の活用方法とは～四国における実例から学ぶ、新たな人材の活用セミナー～」と題し、四国経済産業局管内の中小企業等が兼業・副業を含む多様な形態で、自社の課題解決に資する人材の確保や活用を図れるよう支援することを目的にセミナーを開催した。

集中支援では香川県内企業 10 社、愛媛県内企業 7 社、徳島県内企業 8 社、高知県内企業 2 社の支援を

行い、そのうち 27 社がマッチングイベントに進むこととなった。マッチングイベントでは、課題解決人材の募集に向けた取組として、人材向けセミナーや少人数説明会を開催し、計 151 名のエントリーに繋がった。その後、オンラインでのチェックインイベント、現地フィールドワーク、オンラインフィールドワークを通じて、企業と人材との交流を行った。企業と人材との中長期的な関わり創出のため、人材は提案書という形で企業の理念や経営者への共感を言語化したうえで、企業との関わりしろを創出した。結果として、プロフィールシート提出者 **85 名**、フィールドワーク延べ参加人数 **94 名**、提案書提出件数 **203 件**、マッチング **24 件**を達成した。

支援ネットワークモデル紹介セミナーでは、「多様な人材活用による経営支援紹介セミナー」と題し、四国の支援機関に対し、実際に多様な人材活用支援を行っている経営支援機関及び金融機関の実例とともに、多様な人材活用の支援の重要性を啓発した。支援機関向けワークショップでは、講演形式で「兼業・副業人材活用と人材戦略」を伝えるとともに、ワークショップ形式で人材活用ガイドラインの紹介や活用方法のレクチャー等を行った。

2. 課題解決人材セミナー

四国経済産業局管内の中小企業等が、兼業・副業を含む多様な形態で自社の課題解決に資する人材の確保や活用を図れるように支援することを目的に、課題解決人材セミナーを開催した。

①概要

- ・タイトル：経営課題解決や、新たなチャレンジに兼業・副業人材と取り組んでみませんか？
～四国内企業の事例から学ぶ新たな人材の活用セミナー～
- ・開催日時：2024年7月25日（木） 16:00-17:30
- ・開催場所：オンライン (Webex)
- ・申し込み数：54社
- ・参加者数：35社 38名

※申し込みを行ったが参加がかなわなかった企業に対しては、事前または事後に個別説明を行った。

②広報物

主催 四国経済産業局 運営 株式会社パソナJOB HUB 参加無料

経営課題解決や、新たなチャレンジに
兼業・副業人材と取り組んでみませんか？

四国内企業の事例から学ぶ新たな人材の活用セミナー

開催日時 7/25 木 16:00-17:30 開催方法 オンライン開催 Webexを使用

講師 株式会社 錦尾 廣裕氏
兼業人材 内山 学氏
SNS 戦略支援

講師 株式会社 井原 太一郎氏
兼業人材 中島 元起氏
拡張戦略・営業力強化支援

講師 株式会社 岡澤 孝造氏
兼業人材 木全 泰仁氏
マーケティング・販売戦略支援

四国経済産業局では、昨年度から四国内の企業と地域に貢献したいという全国の人材を結ぶ兼業人材マッチングプログラムを実施しており、複数のマッチング実績が生まれています。本セミナーでは、具体的なマッチング事例やマッチング後のような成果につながっているかを、実務者のお話を交えてご紹介します。多様な経験・スキルを持ち四国に想いを寄せる人材と一緒に、新規事業開発や販路開拓、マーケティング、人材確保など、様々な経営課題解決に取り組んでみませんか。

タイムスケジュール

開催案内・開会挨拶
「経営課題を解決する新たな人材の活用」セミナー
なぜ今四国の企業が経営課題解決に
新たな人材を活用しているのか、
その背景や多様な人材の活用方法について説明します。

複業マッチングプログラムの概要と昨年度事例のご紹介

パネルディスカッション
新たな人材の活用方法として、兼業人材を活用している地域企業
及び兼業人材をお招きし、実体験を基にお話しいたします。

今後のプロセスのご案内
本事業における今後のプロセスについてご案内いたします。

申し込みについて

下記 QR コードを読み込み、リンク先の申し込みフォーム
もしくは下記の連絡先へご連絡ください。

申込締切

7月24日（水） | 17:00 まで

URL

[https://mm-enquete-cnt.
meti.go.jp/form/pub/
shikoku-chiikikeizai/jinzai](https://mm-enquete-cnt.meti.go.jp/form/pub/shikoku-chiikikeizai/jinzai)

お問い合わせ先 株式会社パソナ JOB HUB（担当：飯野、日清）

090-2564-3277 / 060-2195-0467
shikoku-jinzai@pasona-jobhub.co.jp

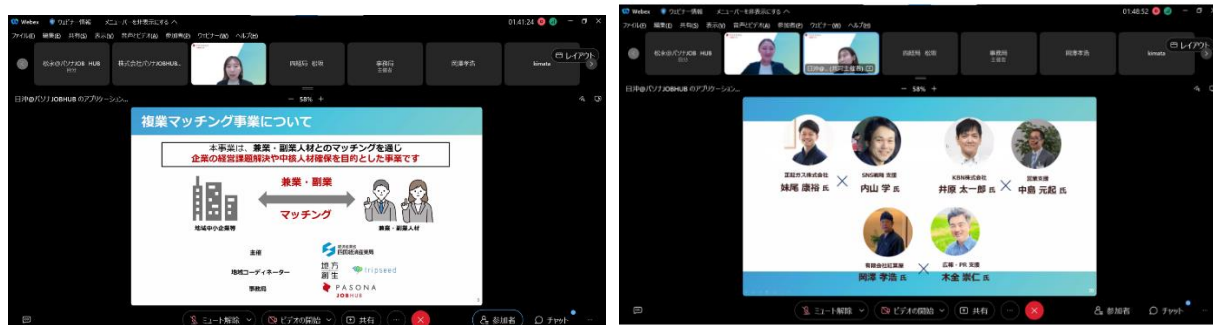
【主催】四国経済産業局 令和5年度四国経済産業局における地域中小企業・小規模事業者の人的確保支援事業
【企画運営】株式会社パソナ JOB HUB（事業運営会社）

7

③プログラム内容

- 1.開催案内・開会挨拶
- 2.「経営課題を解決する新たな人材の活用」セミナー
- 3.副業マッチングプログラムの概要と昨年度事例のご紹介
- 4.パネルディスカッション
 - └正起ガス株式会社 妹尾康裕氏 × 内山学氏（SNS 戦略支援）
 - └KBN 株式会社 井原太一郎氏 × 中島元起氏（販路拡大・営業力強化支援）
 - └有限会社紅葉屋 岡澤孝浩氏 × 木全崇仁氏（マーケティング・販売戦略支援）
 - <トークテーマ①> 複業マッチングプログラムに参加したきっかけ
 - <トークテーマ②> マッチング後のよかったこと・成果
 - <トークテーマ③> マッチング後の大変だったこと
 - <トークテーマ④> 参加者へのメッセージ
- 5.今後のプロセスの案内

④実施の様子



⑤参加者一覧

【合計】35 社 38 名

【企業】28 社 28 名

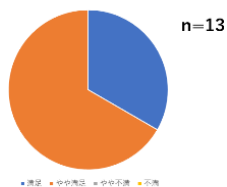
【自治体】6 団体

【支援機関】1 団体

⑥アンケート結果

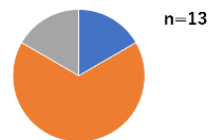
満足度

今回のセミナーに参加してみての満足度はいかがですか。



感想

今回のセミナーを受講して、どのような感想をお持ちになりましたか。



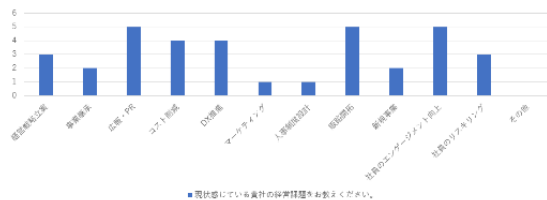
マッチング事業参加意思

今回のセミナーに参加されて、就業・副業人材マッチング事業に参加されたいと感じましたか



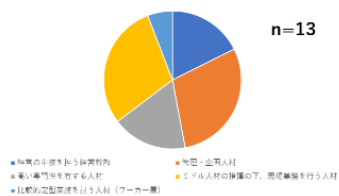
経営課題

現状感じている貴社の経営課題をお教えください。n=13



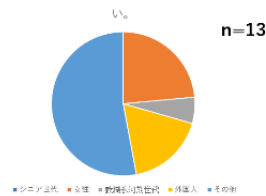
確保している人材層（役割別）

貴社がこれまで概ね確保できている人材層を【役割別】で全てお教えください



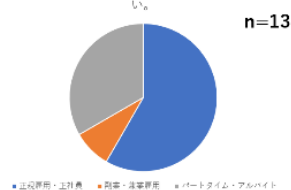
確保している人材層（属性別）

貴社がこれまで概ね確保できている人材層を【属性別】で全てお教えください



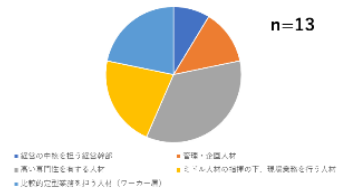
確保している人材層（雇用別）

貴社がこれまで観ね確保できている人材層を【雇用別】で全て教えてください。



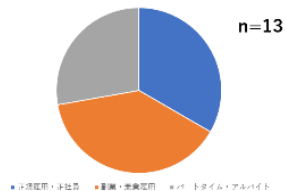
確保したい人材層（役割別）

貴社が今後確保したい人材層を【役割別】で全て教えてください。



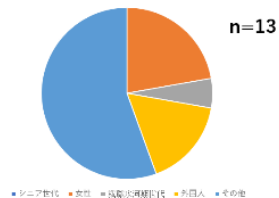
確保したい人材層（雇用別）

貴社が今後確保したい人材層を【雇用別】で全て教えてください。



確保したい人材層（属性別）

貴社が今後確保したい人材層を【属性別】で全て教えてください。



民間サービスの利用有無

民間サービス（人材紹介会社・求人広告サービス等）について、貴社の利用状況を選択してください。



⑦動画（アーカイブ）

本セミナーの講演及びパネルディスカッションは経済産業省 YouTube ページ（metichannel）に公開し、広く普及啓発を図った。

経営課題解決や、新たなチャレンジに兼業・副業人材と取り組んでみませんか？

～四国内企業の事例から学ぶ新たな人材の活用セミナー～

<https://www.youtube.com/watch?v=CA0UqencPwM>

⑧所感

アンケート結果から分析をすると、「今回のセミナーに参加してみてもの満足度」に関しては、「満足」・「やや満足」が100%となり、セミナーの内容としては申し込み者の期待に応えられるものであったと考えられる。

また、「今回のセミナーに参加されて、兼業・副業人材マッチング事業に参加されたいと感じましたか。」という質問に対しては、「参加したい」「検討したい」が約9割となっており、兼業・副業人材の活用に対して一定の関心を引き出すことができていた。原因としては、昨年度の実践企業とマッチングした兼業・副業人材3組のトークセッションを行い、幅広い地域とテーマでのマッチング事例を具体的に知っていただけたことで、兼業・副業人材活用の魅力や自社で取り組むイメージを理解いただけたことが考えられる。アンケート結果からは、「現状感じている経営課題」に関して幅広く回答が集まっているものの、特に「広報・PR」「販路開拓」「社員のエンゲージメント向上」の3つが上位の課題であったため、今後セミナーを実施する際の事例紹介時には、上記のテーマを意識して選択をすると、より多くの企業の関心を引き出すことができるのではないかと考えられる。

3. 集中支援

課題解決人材セミナーに参加した企業に加えて個別の声かけ等を実施し、マッチングに参加する企業を選定し、個別にコンサルティングを実施した。集中支援を行った企業の概要を以下に示す。

香川県坂出市・善通寺市

企業名	設立年	事業概要	企業課題
株式会社ウエスト フードプランニング	1998 年	・外食事業「こだわり麺や」（香川県内 14 店舗、加害 2 店舗） ・クラフトビール事業 ・食品製造・販売事業 ・コンサルティング事業（飲食業関連）	・ SNS 戦略 の策定 ・ ビール醸造の人材不足 ・ イベント企画力不足
有限会社すず開 発	1997 年	・ 空き家活用・移住者支援活動 ・ リフォーム・イベント事業（企画・運営・設営）	・ 現場スタッフの採用 ・ 移住者を増やすための事業施策企画・新規顧客へのアプローチ戦略 ・ 空き家活用の事業スキームの確立
株式会社 Anything	2022 年	・解体工事業・リフォーム業・外構工事・不用品回収・イベント事業	・ 現場作業員の人材不足 ・ SNS 戦略の策定 ・ 財務管理のサポート
合資会社宮川自動車 機械工業所	1974 年	・ 自動車販売関連業務（車検、修理、板金、保険） ・ キッチンカー運営「モビマル四国」代理店 ・ イベントスペース「ハチハチハッチ」「お遍路処所八十八亭」運営	・ モビマル四国事業での移動販売車の登録推進や広報の強化 ・ 企画力強化 ・ 営業力強化
株式会社 ARTFIT	2023 年	・ 演劇関連事業の実施・スクール事業の運営、各種研修の提供	・ 演劇事業の収益モデルの構築化 ・ キッズスクールの集客 ・ WEB サイト・SNS の強化 ・ 人口減少・少子高齢化による対象顧客の減少対策 ・ リソースを活用した事業のスケール化 ・ 補助金の有効活用

株式会社名物かまど	1936 年	・和洋菓子の製造販売・喫茶店営業	・菓子製造部門の業務フローの見直し ・工場の管理職層の改革 ・菓子職人の技術継承
株式会社後藤塾	2008 年	・小学・中学・高校の学習塾「後藤塾」の運営 ・学童保育の運営 ・通信制高校「後藤高等学院」の運営	・企画、マーケティング、ブランディングの強化 ・自社独自アプリの開発 ・業務効率化のための社内システムの構築
株式会社ナイスタウン	1976 年	・月刊誌「ナイスタウン」などの各種別冊の印刷物及びイベントの企画・運営 ・ホームページの企画・制作 ・広告代理業	・SNS 強化のための動画撮影・編集サポート ・従業員の SNS 運用に関するスキルアップ
松浦産業株式会社 (善通寺市)	1932 年	・PP・PE 延伸テープ及びロープ、紙袋用把手 ・タックハンドル、SP(企業販促)、成形品	・EC サイト、広報戦略の見直し ・既存/新規事業拡大
株式会社いわま黒板製作所 (善通寺市)	1936 年	・黒板・ホワイトボード・掲示板等の製造施工販売 ・学校施設等向け造作家具等の販売 ・学校体育館等向け空調設備の設置販売 ・学校等の避難所向け防災用品の販売	・営業人材不足 ・売上拡大

愛媛県新居浜市

企業名	設立年	事業概要	企業課題
株式会社大愛	1975 年	・食用きのこの菌床栽培 ・菌床受託製造 ・アグリクス製品の製造	・ブランディング、情報発信の強化 ・販路拡大に向けた営業戦略の策定
近藤酒造株式会社	1954 年	・日本酒や地酒、リキュールの製造、販売	・販路拡大
株式会社よしだ	1948 年	・キッチン・ユニットバス・トイレ・洗面化粧台・外壁・屋根・塗装のリフォーム ・部分回収や全面改装	・採用強化に向けた魅力発信 ・塗装事業の販路拡大

東和工業株式会社	1969 年	・各種フランジ制作、販売 ・ベルトコンベアローラ制作、販売	・HP の改善等を含めた企業の魅力発信の強化 ・人材確保に向けた情報発信強化
株式会社愛水	1964 年	・新築住宅・リフォームの給排水衛生設備工事 ・空調設備工事 ・公共工事 ・オール電化設備工事 ・太陽光発電システムソーラーシステム設備工事	・既存事業の販路拡大 ・新規事業の立案
有限会社藤田石油商事	1997 年	・ガソリンスタンド事業 ・LP ガス販売 ・住宅リフォーム ・ドライアイス販売	・既存事業の販路拡大 ・新規事業の立案 ・社内の DX 化
正起ガス株式会社	1976 年	・ガス・水・リフォーム・エネルギー・タクシー・リノベーション・賃貸・アメニティなど	・不動産事業の立ち上げ ・人材育成、組織作りの強化 ・グループ全体としてのブランディング・認知拡大

徳島県阿南市・徳島市

企業名	設立年	事業概要	企業課題
BASE PROJECT	2021 年	・フィットネスジムの運営 ・健康セミナーの開催	・コンディショニング事業の認知拡大に向けたブランディング・マーケティング ・SNS マーケティング ・事業内容に共感してくれて活動してくれる（トレーナー）の採用。
株式会社岡部機械工業	1971 年	・自動車省力化機械の設計、製作、制御、据付、立上げ設計、 ・精密部品加工 ・産業機械据付修理	・製品の営業力強化 ・多様な人材の採用強化 ・会社の魅力発信の強化 ・社内体制の改善、従業員の活躍促進

株式会社平惣	1739 年	・書籍・雑誌・文具の販売 ・教科書販売 ・DVD・CD の販売及び ・レンタルゲーム・中古ゲームソフト販売	・地域密着型の書店としての役割を踏まえた戦略策定 ・新規事業の企画 ・来客数の改善
株式会社英漁保育所サービスリノヴェグループ	2014 年	・保育事業・学童保育事業 ・バイリンガル保育士陽性養成事業 ・法人英語研修事業 ・カリキュラム開発事業	・園の運営に係る仕事をしていただける方の採用強化 ・採用に関する情報発信
株式会社 GF	1973 年	・太陽光発電事業 ・風力発電事業 ・エンジニアリング	・営業、マーケティングの強化 ・採用戦略の策定 ・ブランディングの強化 ・発電所建設における情報収集の強化
有限会社〇産蒲鉾牧商店	1968 年	・蒲鉾、竹ちくわ、フィッシュカツ等の製造、販売	・マーケティングの強化（SNS や広告） ・販路拡大 ・ブランディングの強化
阿南信用金庫	1948 年	・預金および定期積金の受け入れ ・資金の貸付けおよび手形の割引 ・為替取引 ・事業コンサル業務 ・個人コンサル業務 ・地域コーディネーター業務	・広告 WEB デザイン、クリエイティブ・マーケティング担当の人材不足 ・人材採用戦略
あわい株式会社	2020 年	- 阿南市+αで、徳島県内全域の魅力ある事業者の商品発掘 ・県内外のイベント & 常設物販販売 ・EC サイト販売 ・既存商品のパッケージ変更によるリブランディングの実施 ・地域の生産者と連携したゼロベースの商品開発	・販路拡大 ・商品開発 ・リブランディングの実施

高知県

企業名	設立年	事業概要	企業課題
MI サービス株式会社	2021 年	・運送・引越し ・Grabdeli	・SNS の強化等 WEB 広告戦略策定

		(モバイルオーダー & デリバリーサービス)の運営	・ 営業活動の仕組み化
Scratch 株式会社	2020 年	①地域事業者・自治体向けコンサルティング支援 ②自社ブランド「KOCHI THE GIFT」企画開発、販売 ③日本におけるディスティネーションマネジメント事業（DMC 事業）	・ 経営戦略の壁打ち ・ 自社事業のブランド&マーケティング戦略 ・ 新事業の創造

4. マッチング

【1】課題解決人材の募集に向けた取組

①概要

<人材向けセミナー>

- ・ 開催日時：2024 年 8 月 8 日(木) 19:00~20:40
- ・ 開催場所：オンライン(WEBEX)
- ・ 申し込み数：164 名
- ・ 参加者数： 67 名

<少人数説明会>

- ・ 開催日時：2024 年 8 月 9 日(金)/2024 年 8 月 14 日(水)
- ・ 開催場所：オンライン(ZOOM)
- ・ 参加者数： 4 名（8 月 9 日開催）、8 名（8 月 14 日開催）

<住友商事株式会社向け個別説明会>

- ・ 開催日時：2024 年 8 月 21 日(水)
- ・ 開催場所：オンライン (Teams)
- ・ 参加者数： 18 名

②広報物



③プログラム内容

1. 開催案内・開催挨拶
2. マッチングプログラム概要の説明
3. 各地域の魅力・参加企業を一部紹介
4. トークセッション
5. 今後のスケジュールのご案内

<トークテーマ①> マッチングプログラムについて

- ・地域複業マッチングプログラムに参加したきっかけは？
- ・マッチング内容とこれまでの取り組み内容は？
- ・地域複業マッチングプログラムに参加してみての学び、気持ちの変化は？

<トークテーマ②> 地域複業について

- ・地域複業するにあたって、どのくらいのスキルや経験が必要なのか？
- ・四国の企業は、どのような人材を求めているのか？

<トークテーマ③> 参加者へのメッセージ

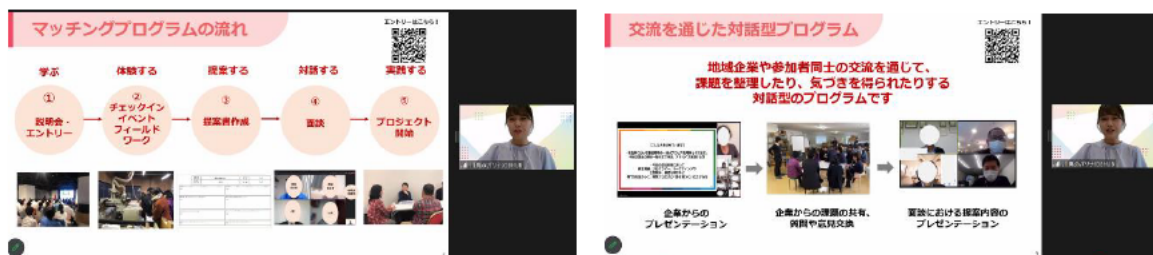
- ・普段の仕事や一般的な副業にはない地域複業ならではの魅力は？

④実施の様子

- ・8月8日(木) 人材向けセミナー



・ 8 月 9 日(金) 14 日(水) 少人数説明会



・ 8 月 21 日(水) 住友商事株式会社向け個別説明会

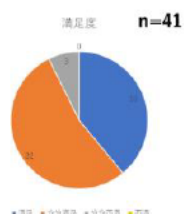
本日の流れ

- ① オープニング
- ② マッチングプログラム概要、各地域の魅力・参加企業を一部ご紹介
- ③ 今後のスケジュールのご案内
- ④ クロージング

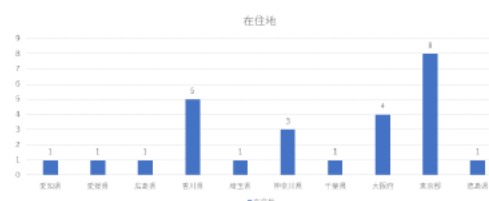
⑤ アンケート結果

・ 8 月 8 日(木) 人材向けセミナー

満足度



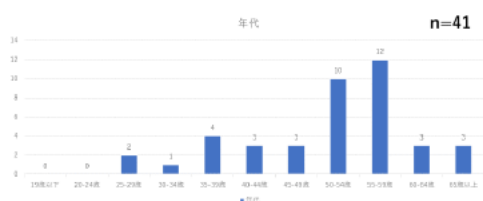
在住地



性別



年代



氷河期世代



雇用形態



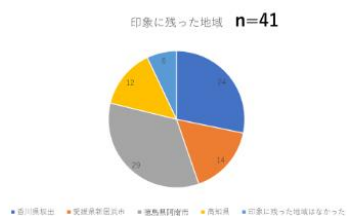
属性



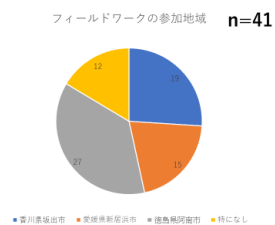
印象に残ったパート



印象に残った地域



フィールドワーク参加地域



マッチングプログラムへの参加可否



⑥所感

アンケート結果から分析をすると、「今回のイベントに参加してみての満足度」に関しては、「満足」・

「やや満足」が 92%となり、イベントの内容としては参加者にとって満足できるものとなっていたと考えられる。「今回のイベントで印象に残ったパートはございますか。」という質問に対しては、大きな偏りはない中でも、マッチングプログラムの概要説明（19 名）、各地域の魅力紹介（18 名）、地域企業・地域副業実践者によるトークセッション（14 名）の順に多い結果となった。

ここから、プログラムの具体的なプロセスや、今回対象となる地域や、その地域にはどんな魅力があるのかといった点を重要視している参加者が多くいることがわかる。

また、「今回のイベントで印象に残った地域はございますか。」という質問に対しては、阿南市（29 名）、坂出市（24 名）、新居浜市（14 名）、高知県（12 名）の順に多い結果となった。昨年度から本事業を実施していた重点地域に加え、新たに参画した地域への関心も高まっていることが分かった。

参加者の属性に関しては、性別では男性が約 70%、年代では 50 代が約半数を占めていた。理由としては、当社に登録する副業・兼業人材層にそもそも男性の割合が多いこと、経営者含め説明会登壇者 5 名中 4 名が男性であったことから、女性よりも男性に届きやすい印象があったことも考えられる。また、50 代が約半数を占めていたことは、最近の傾向からセカンドキャリアとして地域複業に挑戦する人材が増え始めていることも影響があると考えられる。

マッチング結果や地域企業からのコメントも踏まえ、異なる層へのアプローチを広げる際には、今年度とは違った説明会のターゲティングや、告知・集客方法を検討していく必要がある。

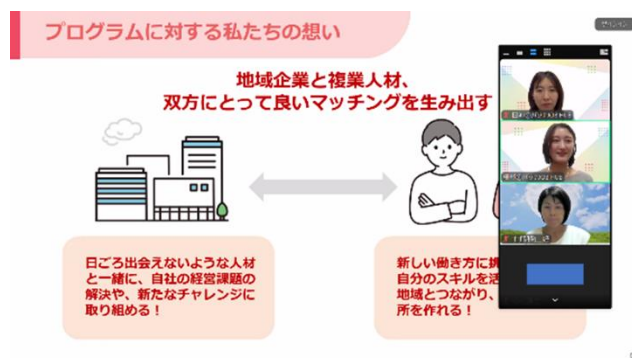
【2】チェックインイベントの開催

チェックインイベントでは、事業に参加を表明した企業・人材がオンライン上で集まり、企業から人材に対して企業のビジョンや課題についてのプレゼンを行った。チェックインイベント以降のイベントは、地域ごとに開催した。

①坂出 + 高知

- ・開催日時：9月12日(木) 19:00~21:00
- ・開催場所：オンライン (Zoom)
- ・参加者数：36名
- ・参加企業
 - ①株式会社ウエストフードプランニング
 - ②有限会社すず開発
 - ③株式会社 Anything
 - ④合資会社宮川自動車機械工業所
 - ⑤株式会社 ARTFIT
 - ⑥株式会社名物かまど
 - ⑦株式会社ナイスタウン
 - ⑧MI サービス株式会社 (高知)

・実施の様子

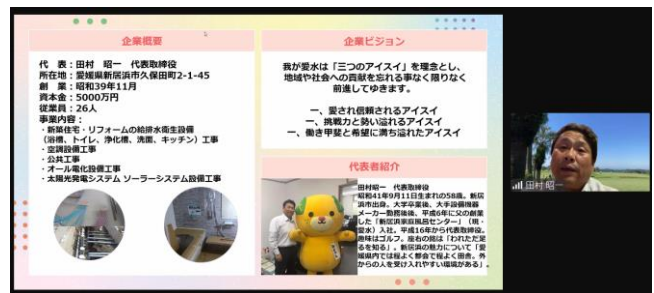
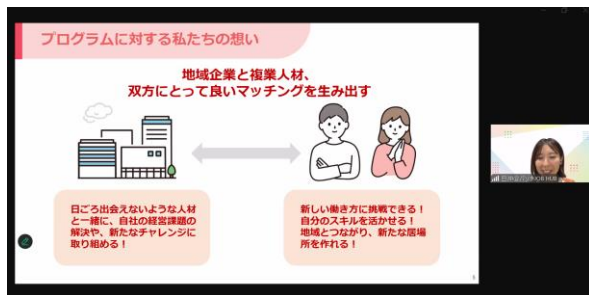


②新居浜

- ・開催日時：9月11日(水) 19:00~21:00
- ・開催場所：オンライン (Zoom)
- ・参加者数：31名
- ・参加企業
 - ① Scratch 株式会社
 - ② 株式会社大愛
 - ③ 近藤酒造株式会社

- ④ 株式会社よしだ
- ⑤ 東和工業株式会社
- ⑥ 株式会社愛水
- ⑦ 有限会社藤田石油商事
- ⑧ 正起ガス株式会社

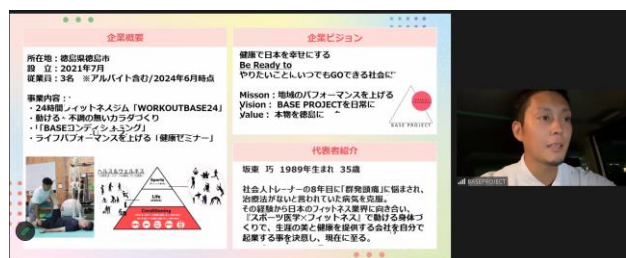
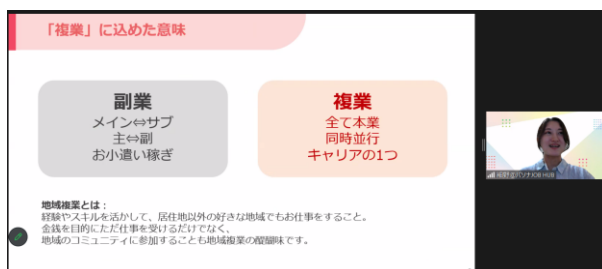
・実施の様子



③阿南

- ・開催日時：9月10日(火)19:00~21:00
- ・開催場所：オンライン (Zoom)
- ・参加者数：43名
- ・参加企業
 - ① BASE PROJECT
 - ② 株式会社岡部機械工業
 - ③ 株式会社平惣
 - ④ 株式会社英語保育所サービス リノヴェグループ
 - ⑤ 株式会社 GF
 - ⑥ 有限会社〇産蒲鉾 牧商店
 - ⑦ 阿南信用金庫
 - ⑧ あわい株式会社

・実施の様子



【3】フィールドワークの開催

現地／オンラインで行ったフィールドワークでは、参加企業と参加人材が直接質疑応答や意見交換を

行うことにより、相互理解を深めることで関わりしろを探ることを目的とした。

①坂出現地フィールドワーク

- ・開催日時：10月19日(土)~10月20日(日)
- ・開催場所：高松市・坂出市内
- ・参加者数：11名
- ・実施スケジュール

フィールドワークのスケジュール	
●10月19日(土)	
10:15 集合寺高松駅	14:10 バス移動
10:15 バス移動	15:00 【交流②】株式会社名物のまど
10:30 【交流①】株式会社緑野荘	16:25 バス移動
11:30 各自ランチ 寺コトリコワーキング&ホテル高松周辺	16:40 【交流④】株式会社ウエストフードプランニング
12:45 バス移動	17:40 バス移動
13:00 【交流③】株式会社ナスタウン	18:00 懇親会ゆまが食堂 緑野店(刈穂郷)
	20:20 バス移動
	20:30 坂出駅解散・1日目終了
●10月20日(日)	
9:10 集合寺坂出駅	14:20 徒歩移動
9:10 バス移動	14:40 【交流⑤】有限会社すず開発
9:30 【交流⑥】株式会社後藤塾	15:40 チェックアウト(解散)
10:40 バス移動	16:00 坂出駅解散
11:00 【交流⑦】合資会社宮川自動車機械工業所	16:10 バス移動
12:30 各自ランチ寺江坂駅周辺	17:00 高松駅解散
13:20 【交流⑧】株式会社Anything	17:00 バス移動
	17:50 高松駅解散・2日目終了。お疲れ様でした！

- ・実施の様子



②新居浜現地フィールドワーク

- ・開催日時：10月5日(土)~10月6日(日)
- ・開催場所：新居浜市内

・参加者数：5名

・実施スケジュール

フィールドワークのスケジュール	
●10月5日(土)	
10:10 集合@松山空港 - バス移動	16:35 バス移動
11:40 全員集合@新居浜駅	16:50 【交流③】 有限会社藤田石油商事
11:50 バス移動	18:00 バス移動
12:00 ランチ兼チェックイン@マルブシ	18:30 解散(新居浜駅)
13:30 【交流①】 株式会社愛水	18:40 解散(スーパーホテル新居浜西側)
14:50 バス移動	19:00 懇親会@諸楽所 ふくみ (※任意)
15:10 【交流②】 正起ガス株式会社	21:00 1日目終了
●10月6日(日)	
8:30 集合@新居浜駅	12:50 バス移動
8:35 バス移動	13:00 【交流⑥】 東和工業株式会社
9:00 【交流④】 株式会社大愛	14:15 チェックアウト講座
10:15 バス移動	14:55 バス移動
10:45 【交流⑤】 近藤酒造株式会社	15:15 解散(新居浜駅)
12:00 バス移動	15:20 バス移動
12:10 ランチ@ワクリエ 新居浜店	16:45 解散(松山空港)
	2日目終了。お疲れさまでした！

・実施の様子



③阿南現地フィールドワーク

・開催日時：10月26日(土)~10月27日(日)

・開催場所：徳島市・阿南市内

・参加者数：13名

・実施スケジュール

フィールドワークのスケジュール	
●10月26日(土)	
10:30 集合@徳島空港	15:40 【交流③】 株式会社岡部機械工業
11:00 全員集合@徳島駅	17:10 バス移動
11:10 バス移動	17:30 【交流④】 株式会社英語保育所サービスリノヴェルグループ
11:30 【交流①】 BASE PROJECT	18:30 バス移動
13:00 バス移動・昼食配布	19:00 阿南駅解散・1日目終了
13:50 【交流②】 株式会社産蒲鉾 牧商店	19:00 懇親会@酒楽亭(※任意)
15:10 バス移動	
●10月27日(日)	
8:45 集合@阿南駅	13:45 【交流⑦】 阿南信用金庫
8:50 バス移動	14:45 【交流⑧】 あわい株式会社
9:00 【交流⑤】 株式会社GF	16:00 バス移動
10:30 バス移動	16:15 阿南駅解散
10:40 【交流⑥】 阿南平惣	16:50 徳島駅解散
12:30 各自ランチ@阿南市内	17:00 バス移動
	17:40 徳島空港解散・2日目終了、お疲れ様でした！

・実施の様子



④現地フィールドワーク所感

後述するオンラインフィールドワークと比較した現地フィールドワークの特徴としては、下記2点が挙げられ、特徴ごとに所感を記載する。

1) 企業の現場を見ながら直接対話を行うことで、人材には企業の課題や経営者の人柄、参加企業には参加人材の人柄やスキルイメージがより明確になる点

昨年度と同様に、参加企業及び参加人材からは、実際に対面に対話ができただからこそ見える人柄や企業課題の実態に対する理解が深まったという声が多く寄せられた。本年度の参加企業も、当初は地域で副業したい兼業・副業人材がどのような人物なのか、スキルや想いを持っているのかイメージが沸かない部分が多かったが、現地フィールドワークを通して、兼業・副業人材について理解したうえで自社の課題解決のイメージが明確になっていた様子が見られた。

2) 移動時間や食事、懇親会の時間を通して、経営者に加えて参加者同士や地域コーディネーターとの交

流の時間を得られる点

企業課題をテーマにした意見交換に加えて、懇親会等の機会を設けることで、経営者や参加人材が互いの人柄や共通点を知ることができる機会を作ることができた。

また、地域複業に関心がある仲間と交流を持つことで、提案に対するモチベーションや地域に対する関心が高まったり、他の人材の知見や経験も合わせた提案の幅が広がったりする様子が見られた。特に、本年度は各地域の現地フィールドワーク参加者の中に、四国出身者が複数名参加しており、地域の実情や地元民としての感覚等を他参加者へ紹介している場面が多く見られた。

そして、昨年度と継続して、現地フィールドワークを通して参加人材と地域コーディネーターとのつながりを作ることもつながった。地域に想いを持った参加人材と地域コーディネーターが相互理解を深めることで、今年度参加企業とのマッチングに留まらず、地域や地域の企業との継続的な関係性構築を目指し、今後も地域としての人材確保の一つのチャンネルとできると良いと考える。

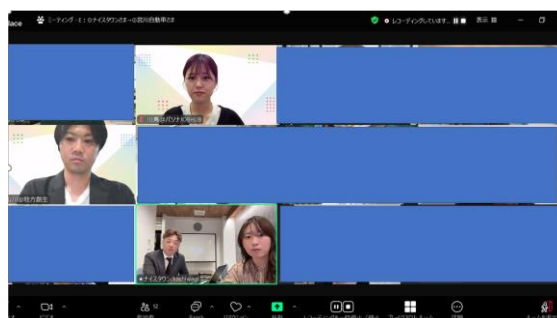
⑤坂出オンラインフィールドワーク

- ・開催日時：10月23日(水) 19:00~21:00
10月24日(木) 19:00~21:00
- ・開催場所：オンライン（Zoom）
- ・参加者数：18名（1日目）、20名（2日目）

・参加企業

1日目	2日目
・株式会社ウエストフードプランニング ・合資会社宮川自動車機械工業所 ・株式会社 ARTFIT ・株式会社ナイスタウン	・有限会社すず開発 ・株式会社 Anything ・株式会社後藤塾

・実施の様子

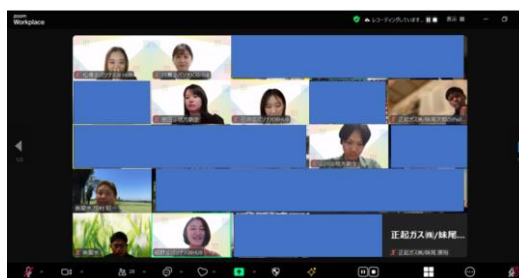
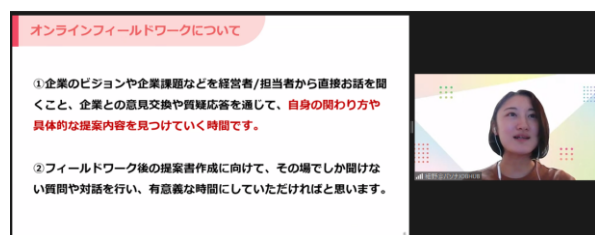


⑥新居浜オンラインフィールドワーク

- ・開催日時：10月1日(火) 19:00~21:00
10月2日(水) 19:00~21:00
- ・開催場所：オンライン (Zoom)
- ・参加者数：20名 (1日目)、19名 (2日目)
- ・参加企業

1日目	2日目
・株式会社よしだ ・東和工業株式会社 ・株式会社愛水 ・正起ガス株式会社 ・Scratch 株式会社 (高知県)	・株式会社大愛 ・近藤酒造株式会社 ・有限会社藤田石油商事 ・MI サービス株式会社 (高知県)

- ・実施の様子

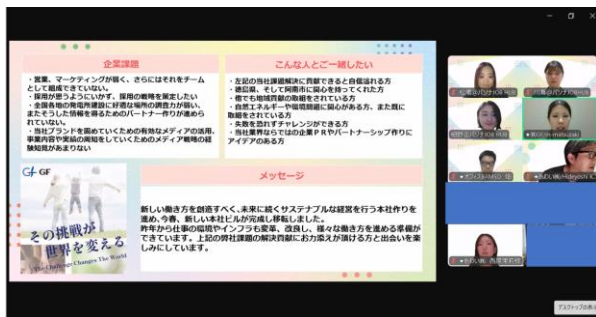


⑦阿南オンラインフィールドワーク

- ・開催日時：10月16日(水)19:00~21:00
10月17日(木)19:00~21:00
- ・開催場所：オンライン (Zoom)
- ・参加者数：20名 (1日目)、17名 (2日目)
- ・参加企業

1日目	2日目
・BASE PROJECT ・株式会社 GF ・有限会社〇産蒲鉾 牧商店 ・あわい株式会社	・株式会社岡部機械工業 ・株式会社平惣 ・株式会社英語保育所サービス リノヴェグループ ・阿南信用金庫

- ・実施の様子



⑧オンラインフィールドワーク所感

オンラインフィールドワークでは、現地フィールドワークで行った企業と参加者との質疑応答・意見交換の時間を、企業ごとのグループに分かれてオンライン上で実施をした。ブレイクアウトルームという機能を使用し、企業ごとに4～5人程度の少人数のグループで実施、また、日程を二日間に分けることで、参加者はすべての企業と意見交換を行うことができた。

昨年度は最初はどのように質問したらよいかわからず戸惑う参加者や、時間の都合等で話が途中で途切れてしまうことがあったため、今年度においては最初の質問はファシリテーターから行う、途中で話が切れてしまわないよう最初に参加者へ終了時間を予告するなどの工夫をし、より効率的かつ建設的な意見交換の場を運営側としても意識して行うことができた。

【4】 マッチングの実施

①坂出/善通寺

- ・ 提案書提出数：73 件
- ・ マッチング面談数：24 件（1 回目のマッチング面談を行った件数）
- ・ 連絡先交換数：13 件
- ・ マッチング数：9 件

企業名	提案書提出数	マッチング面談数	連絡先交換数	マッチング件数
株式会社ウエストフードプランニング	13 件	3 件	2 件	0 件
有限会社すず開発	8 件	3 件	1 件	2 件
株式会社 Anything	8 件	3 件	0 件	1 件
合資会社宮川自動車機械工業所	5 件	1 件	2 件	0 件
株式会社 ARTFIT	5 件	3 件	2 件	2 件
株式会社名物かまど	8 件	2 件	0 件	1 件
株式会社後藤塾	7 件	2 件	3 件	1 件
株式会社ナイスタウン	11 件	3 件	2 件	0 件
松浦産業株式会社	6 件	3 件	0 件	1 件
株式会社いわま黒板製作所	2 件	1 件	1 件	1 件

②新居浜

- ・ 提案書提出数：38 件
- ・ マッチング面談数：15 件（1 回目のマッチング面談を行った件数）
- ・ 連絡先交換数：6 件
- ・ マッチング数：4 件

企業名	提案書提出数	マッチング面談数	連絡先交換数	マッチング件数
株式会社大愛	9 件	4 件	4 件	1 件
近藤酒造株式会社	9 件	1 件	0 件	1 件
株式会社よしだ	1 件	1 件	0 件	1 件
東和工業株式会社	11 件	4 件	0 件	1 件
株式会社愛水	5 件	2 件	2 件	0 件
有限会社藤田石油商事	0 件	0 件	0 件	0 件
正起ガス株式会社	3 件	3 件	0 件	0 件

③阿南

- ・ 提案書提出数：85 件

- ・マッチング面談数：22 件（1 回目のマッチング面談を行った件数）
- ・連絡先交換数：13 件
- ・マッチング数：9 件

企業名	提案書提出数	マッチング面談数	連絡先交換数	マッチング件数
BASE PROJECT	8 件	4 件	3 件	1 件
株式会社岡部機械工業	18 件	5 件	4 件	2 件
株式会社平惣	14 件	2 件	0 件	1 件
株式会社英語保育所サー ビスリノヴェグループ	8 件	0 件	0 件	0 件
株式会社 GF	13 件	3 件	3 件	0 件
有限会社〇産蒲鉾牧商店	4 件	2 件	0 件	2 件
阿南信用金庫	10 件	0 件	0 件	0 件
あわい株式会社	10 件	6 件	3 件	3 件

④高知県

- ・提案書提出数：7 件
- ・マッチング面談数：3 件（1 回目のマッチング面談を行った件数）
- ・連絡先交換数：3 件
- ・マッチング数：2 件

企業名	提案書提出数	マッチング面談数	連絡先交換数	マッチング件数
Scratch 株式会社	4 件	3 件	0 件	2 件
MI サービス株式会社	3 件	0 件	3 件	0 件

⑤マッチング結果一覧

<坂出/善通寺>

企業名	株式会社名物かまど
マッチング人材	50 代後半埼玉県出身 山梨県在住 個人事業主
マッチング理由	上から目線ではなくパートナーのスタンスで、現場を巻き込みながら自社に合った現実的なプロジェクトを進めていただけると感じたから。
マッチング概要	製造部門の業務効率化プロジェクト
開始時期	2025 年 3 月
頻度	月 15～30 時間程度（想定）/期間：6 ヶ月 以降、都度更新
金額	実務時間×5,000 円 ※交通費実費
内容	現場視察後、詳細を決定。 ・作業改善・作業見直しによる効率化・省人化

	・ 道具の改善、自動化等設備開発企画 ・ 生産管理（生産計画・進捗管理）の仕組み作り ・ 製造現場の体制整備・強化
--	---

企業名	株式会社 ARTFIT
マッチング人材①	40 代後半 東京都出身 東京都在住 フリーランス・個人事業主
マッチング理由	・ 安価で取り組みやすい・松山展開に向けての中心人物になってもらえそう・新たな経験や学びを得たい気持ちに共感
マッチング概要	ブレインキッズ 県外展開サポーター(来年松山展開で動き始める)
開始時期	1 月 25 日対面実施
頻度	週 1 オンライン MTG
金額	月額 10,000 円(3 か月)、成果によって都度ご相談
内容	連絡先メッセージで交換済み、契約書田村さん主導、業務委託契約
マッチング人材②	40 代前半 東京都出身 東京都在住 会社経営者
マッチング理由	自社の事業内容に、人材の専門性が活かせると感じたから。
マッチング概要	劇団事業の補助金申請等のサポート
開始時期	2025 年 2 月
頻度	調整中
金額	調整中
内容	劇団事業における補助金申請等のサポートを行う。

企業名	有限会社すず開発
マッチング人材①	50 代後半 大阪出身 香川県在住 フリーランス・個人事業主
マッチング理由	自社の取組と親和性の高い活動内容、活動実績に関心を持ったため。
マッチング概要	坂出市を盛り上げるための共同事業の設計
開始時期	2025 年 1 月
頻度	打ち合わせ後に詳細を決定
金額	打ち合わせ後に詳細を決定
内容	・ 互いの事業特性を生かしたネットワーク構築 ・ 移住希望者の母集団形成に向けたイベントの企画
マッチング人材②	40 代後半 東京都出身 東京都在住 フリーランス・個人事業主
マッチング理由	チャレンジ精神と人柄に関心をもったため。

マッチング概要	橋本氏と企画する新規プロジェクトへの参画・伴走支援
開始時期	2025 年 1 月
頻度	打ち合わせ後に詳細を決定
金額	打ち合わせ後に詳細を決定
内容	実行予定のプロジェクトに参画いただき、企画や実働のサポートを行う。

企業名	株式会社 Anything
マッチング人材	30 代後半 愛媛県出身 香川県在住 その他
マッチング理由	自社の実情を踏まえた現実的な提案をいただけたため。 香川県に在住しており、対面での支援がしやすい点も魅力的であったため。
マッチング概要	事業内容の認知拡大に向けた SNS 発信支援
開始時期	2025 年 2 月
頻度	月 1 回以上現地訪問&電話会議
金額	月額 33,000 円～
内容	自社の Instagram アカウントから、週 2 投稿に向けた企画・撮影・編集・投稿支援

企業名	株式会社後藤塾
マッチング人材	40 代前半 神奈川県出身 香川県在住 会社員
マッチング理由	・ イベントや面談を通じて人柄を知り一緒に取り組みたいと感じた ・ 課題に対する提案が的確だった
マッチング概要	営業サポート
開始時期	調整中
頻度	月 2 オンライン MTG
金額	月額 50,000 円＋税
内容	・ 営業施策立案 ・ 体験授業面談時のクロージング営業同席 ・ 営業マニュアル作成

企業名	松浦産業株式会社
マッチング人材	50 代前半 埼玉県出身 東京都在住 フリーランス
マッチング理由	・ 提案が具体的で分かりやすかった ・ イベントや面談を通じて人柄を感じ、お互いに遠慮することなく一緒に取り組んでいけ

	そうだったため
マッチング概要	SNS 運用サポート
開始時期	2025 年 3 月 1 日
頻度	週 1 回のオンライン打ち合わせ
金額	月額 30,000～50,000 円＋税（毎月の作業ボリュームに応じて決定）
内容	・現状のヒヤリングと企業理解 ・SNS(X 想定)の運用サポート

企業名	株式会社いわま黒板製作所
マッチング人材	50 代前半 東京都出身 東京都在住 個人事業主・大学院生
マッチング理由	提案やアイデアが的確で一緒に取り組んでくださる姿勢が良かったため
マッチング概要	BtoC 販売強化プロジェクト
開始時期	2025 年 2 月 1 日
頻度	月 2 回のオンライン打ち合わせ
金額	打ち合わせ後に詳細を確定
内容	・取り組むべきことの優先順位整理、目的の明確化 ・従業員へ取り組む内容の共有 ・BtoC 販売強化に向けたプロジェクト実施

<新居浜>

企業名	株式会社よしだ
マッチング人材	40 代前半 神奈川県出身 香川県在住 会社員
マッチング理由	自社で取り組みたい内容に対して、具体的な提案をいただいたため。
マッチング概要	営業力強化プロジェクト
開始時期	2025 年 1 月 1 日 ※3 か月ごと契約更新
頻度	月 2 回のオンライン打ち合わせ、必要に応じて現地での打ち合わせ
金額	月額 50,000 円（税抜）＋交通費実費
内容	・現状のヒヤリングと課題の洗い出し ・WEB 面談及び、対面によるディスカッション、ミッションの進捗共有 ・FAX&DM による営業活動のサポート及び、営業ツールの運用や営業手法の提案 ・メール・電話・WEB 面談によるフォローと相談対応

企業名	株式会社大愛
マッチング人材	40 代前半 香川県出身 香川県在住 個人事業主
マッチング理由	・ SNS 発信サポート・提案内容と、自社でやりたいことが一致していると感じた ・ 現地フィールドワークで既に現場の確認にお越し頂いており、安心した状況で始められる点が良かった
マッチング概要	BtoC 販売強化サポート
開始時期	2025 年 3 月 1 日 ※1 年ごと契約更新
頻度	月 2 回の打ち合わせ（対面とオンライン）
金額	月額 30,000 円（税抜）＋交通費実費
内容	・ HP や EC サイトの内容整理、更新支援 ・ SNS 発信サポート

企業名	近藤酒造株式会社
マッチング人材	50 代前半 埼玉県出身 東京都在住 フリーランス
マッチング理由	・ 自社の課題に応じた現実的な提案をしていただけたため ・ 現場重視のスタンスで、社内のリソース不足の現状にも寄り添って進めていただけたそうと感じた
マッチング概要	新規事業の経営戦略策定サポート
開始時期	近藤酒造株式会社にて調整中
頻度	月 1 回現地訪問＋オンライン MTG
金額	実務時間(月 15～30 時間程度)×5,000 円（税抜）＋交通費実費
内容	・ 作業改善・作業見直しによる効率化・省人化 ・ 道具の改善、自動化等設備開発企画 ・ 生産管理（生産計画・進捗管理）の仕組み作り ・ 製造現場の体制整備・強化

企業名	東和工業株式会社
マッチング人材	40 代前半 香川県出身 香川県在住 個人事業主
マッチング理由	・ IT に関する内容を分かりやすく説明してくれ、寄り添ったサポートをしてくれる印象があったため ・ 手を動かしてくれる範囲が広がったため ・ 香川県在住のため場所が近く、コミュニケーションがとりやすいと判断したため
マッチング概要	HP リニューアルと SNS 発信サポート

開始時期	未定
頻度	月2回のオンライン打ち合わせ、必要に応じて現地での打ち合わせ
金額	月額 30,000 円（税抜）＋交通費実費 ※HP リニューアルに伴うシステム代金は別途
内容	・ HP のリニューアル ・ SMS 更新のアドバイス

< 阿南 >

企業名	株式会社岡部機械工業
マッチング人材①	50 代前半 東京都出身 東京在住 会社経営者
マッチング理由	・ 当初想定はしていなかったが、新しい切り口で必要性を感じる提案をしていただけた。 ・ 企業のビジョンに共感し、熱意をもって具体的な提案していただけたので、一緒にやってみたいと感じた。
マッチング概要	内容：若手・女性・理系採用強化プロジェクト 理系女性採用のための WEB 広告作成&運用 女性・若者の採用を増やすためのホームページの改善
開始時期	2025 年 1 月
頻度	月 2 回程度のオンライン会議＋随時ご相談 OK
金額	100,000 円／月（交通費別途）
内容	まずは 6 か月間、その後応相談
マッチング人材②	50 代後半 東京出身 大阪在住 フリーランス・個人事業主
マッチング理由	・ 会社の技術を語るのではなく、顧客ベネフィット視点での新サービス開発の提案は新しく、これまで持っていなかった視点で面白いと感じたため。 ・ 今後自社製品もチャレンジしていきたいと思っており、良い機会だと感じたため。
マッチング概要	凄い技術・見える化プロジェクト
開始時期	2025 年 1 月 8 日(水)
頻度	全 3 回程度のヒアリングを想定
金額	30,000 円／月（交通費別途）
内容	工場や星場社長のお話をヒアリングしたうえで会社の現状や魅力を整理し、発信方法について提案いただく

企業名	有限会社〇産蒲鉾 牧商店
マッチング人材①	20 代後半 愛媛県出身 東京都在住 会社員

マッチング理由	自身もわからないことが多い中で、プロボノと一緒に学んでいく姿勢で進めていただける点を魅力に感じた。
マッチング概要	取り組みたかった EC サイトの改善に沿った提案をいただいた。
開始時期	3 月 6 日(木)
頻度	月 1 回/期間：3 ヶ月 以降都度更新
金額	プロボノ
内容	・ amazon サイトの購入率向上に向けて、画像や文章をブラッシュアップする。 ・ 最低限、フィッシュカツと竹ちくわの 2 商品は取り組みたい。
マッチング人材②	50 代後半 東京出身 大阪在住 フリーランス・個人事業主
マッチング理由	FCP シートの作成など取り組みたいと思っていた内容を提案いただいた。比較的徳島へもすぐ来ていただける距離感が心強い。
マッチング概要	販路開拓
開始時期	4 月頃
頻度	調整中
金額	調整中
内容	・ 販路拡大のための各商品のコンセプト作り ・ FCP シート作成支援

企業名	株式会社あわい
マッチング人材①	40 代後半 東京都出身 東京都在住 フリーランス・個人事業主
マッチング理由	これまでのご経験内容とお人柄に惹かれたこと、またプロボノからスタートできるご提案内容に魅力を感じたから。
マッチング概要	自社商品と料理研究家のコラボレシピ等の PR プロジェクト
開始時期	詳細は打ち合わせ後に決定
頻度	詳細は打ち合わせ後に決定
金額	プロボノ
内容	あわいの商品を活用し、つながりがある料理研究家とコラボレシピを作成し発信する。
マッチング人材②	40 代後半 徳島県出身 徳島県在住 その他
マッチング理由	インフルエンサーではなく消費者の目線で商品を PR してもらえると感じた。料理や食への関わり方に関心を持った。
マッチング概要	自社 HP もしくは別サイトでの記事制作

開始時期	4 月頃
頻度	転職のため 4 月以降相談
金額	4 月以降相談
内容	自社商品を使った料理をもとに、紹介記事を作成。
マッチング人材③	30 代後半 愛媛県出身 香川県在住 その他
マッチング理由	もともと関心はあったふるさと納税の出品に対して、専門性を持った具体的な提案をして いただけたから。
マッチング概要	ふるさと納税の出品サポート
開始時期	詳細は打ち合わせ後に決定
頻度	詳細は打ち合わせ後に決定
金額	詳細は打ち合わせ後に決定
内容	・株式会社あわいで取り扱う商品、また連携する事業者へのふるさと納税出品サポート。

企業名	株式会社 平惣
マッチング人材	30 代後半 愛媛県出身 香川県在住 その他
マッチング理由	地元や四国の商品の認知拡大に向けて、ふるさと納税を活用した提案に関心を持ったか ら。
マッチング概要	ふるさと納税の出品サポート
開始時期	詳細は 4 月以降の打ち合わせ後に決定
頻度	詳細は打ち合わせ後に決定
金額	詳細は打ち合わせ後に決定
内容	株式会社あわいで取り扱う商品のふるさと納税出品サポート。

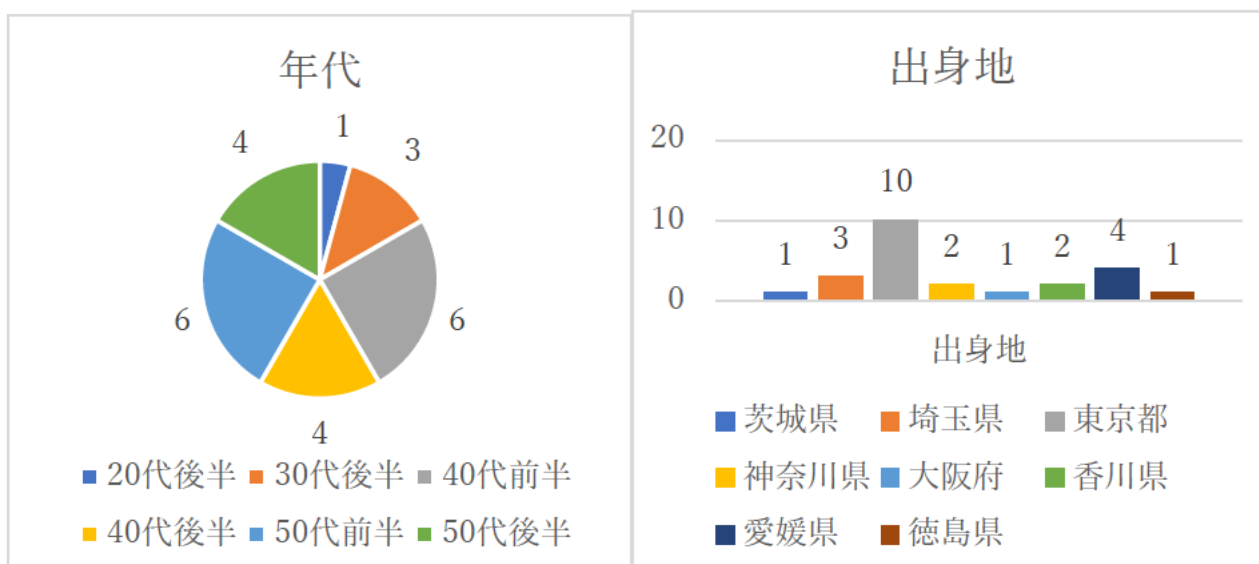
企業名	BASE PROJECT
マッチング人材	50 代前半 東京都出身 東京在住 会社経営者
マッチング理由	自社の課題や実情を理解し、寄り添ったスタンスで支援いただけそうだと感じたから。
マッチング概要	ブランディング・自社の魅力発信のサポート
開始時期	詳細は 4 月以降の打ち合わせ後に決定
頻度	詳細は打ち合わせ後に決定
金額	詳細は打ち合わせ後に決定
内容	自社で取り組んでいるブランディング及び発信などについてのアドバイスをを行う。

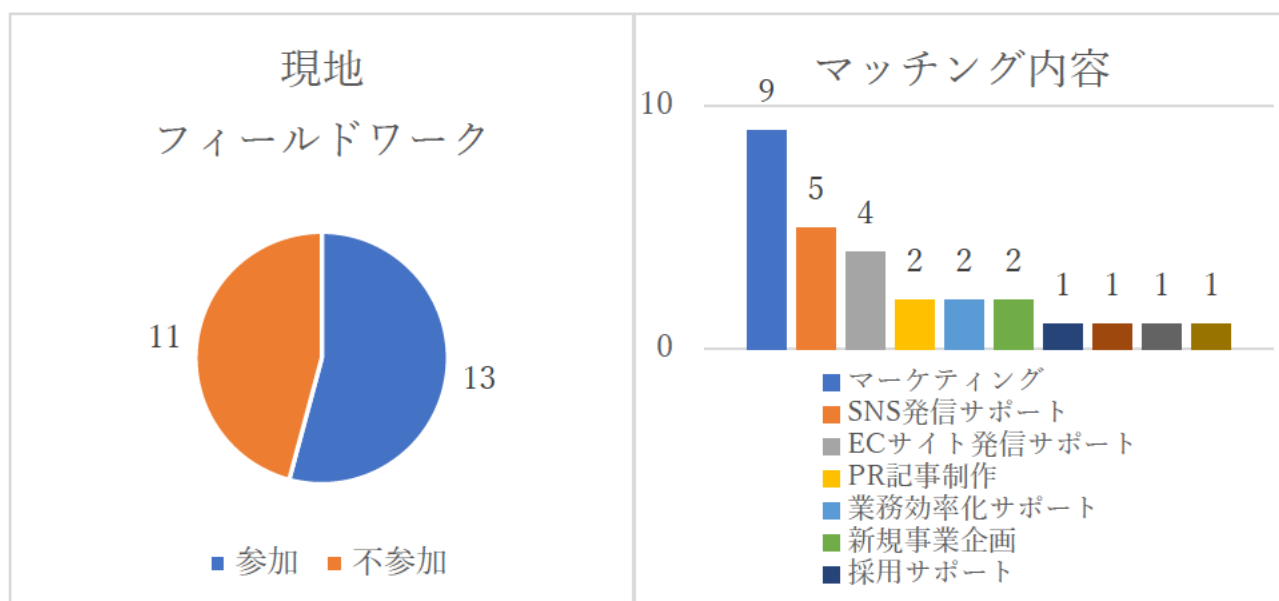
< 高知 >

企業名	Scratch 株式会社
マッチング人材①	50 代前半 大阪府出身 神奈川県在住 会社経営者
マッチング理由	自社の実情を踏まえ、寄り添ったスタンスで提案いただけたため。
マッチング概要	現在の経営課題の整理と今後の施策の優先順位付け
開始時期	2025 年 1 月
頻度	隔週のオンラインまたは対面での打ち合わせ
金額	最初の 3 か月間はプロボノで実施
内容	・ オンラインまたは対面にて、現在の経営状況を整理し、課題の洗い出しを行う ・ 上記を踏まえ、今後の課題解決プロジェクトの方針と施策の提案を行う

企業名	Scratch 株式会社
マッチング人材②	50 代前半 茨城県出身 東京都在住 フリーランス・個人事業主
マッチング理由	これまでの経験内容をもとに、相談やアイデア出しをお願いしたいと感じた。
マッチング概要	今後の事業展開の壁打ち
開始時期	Scratch 株式会社にて調整中。
頻度	月 1-2 回程度
金額	プロボノ
内容	オンラインによる、事業内容や方針の壁打ちを行う

※補足：マッチングした人材の傾向





⑥所感

坂出・善通寺 9 社中 7 社 9 件、新居浜では 7 社中 4 社 4 件、阿南では 8 社中 5 社 9 件、高知では 2 社中 1 社 2 件のマッチングとなった。一步で連絡先交換は坂出・善通寺 9 社中 7 社 13 件、新居浜では 7 社中 2 社 6 件、阿南では 8 社中 4 社 13 件、高知では 2 社中 1 社 3 件となった。

総論としては昨年度よりもマッチング数は 6 件増やすことができた。要因としては、1 回の面談にてマッチングを確定した後に、キックオフとして 2 回目の面談にも積極的に当社や地域コーディネーターが参加し、プロジェクトスタートのイメージを具体化することを心掛けたことが挙げられる。また、当社や地域コーディネーターから企業と密にコミュニケーションを取ることを意識し、マッチングに向けた懸念点の払しょくを丁寧に行うことも意識した。

一方で面談者選定の打ち合わせや面談日程の調整などに時間を要し、人材からも問い合わせが寄せられるということが複数回見受けられたため、企業へも改めて期日を徹底して伝える、面談者選定の打ち合わせについてはフィールドワーク時に決めておくなどのいっそうの対策が必要であると考えられる。

5. 優良事例収集

昨年度、四国経済産業局の人材確保事業に参加した企業のうち、マッチングが成立し課題解決に向けて取り組みを行った企業に対し、人材確保対策に取り組む前の状況や課題、課題解決に向けた取組内容、その結果等を調査し、当該事業の効果と併せて整理した。

①概要

・企業名：

- 1) KBN 株式会社
- 2) 有限会社紅葉屋

②KBN 株式会社の事例

○ KBN株式会社 所在地：香川県坂出市 設立：1978年7月13日 資本金：100,000千円 従業員数：24名 事業概要：有線テレビジョン放送業務・プロダクション業務等 業種：放送業		育成	環境整備
		副業・兼業人材による社員育成	業務効率化
副業人材を活用し、外からの視点を取り入れて、営業力強化や新規事業のブラッシュアップに取り組む			
- 副業人材を活用し、新規事業の壁打ちや新人営業社員の育成に第三者の目線を取り入れ、事業の強化に繋がった - 副業人材の活用をきっかけに、非正規雇用やリモートワーク等多様な働き方を取り入れ、コア業務の効率化に繋がった			
①取組前 経営者の 悩み、 きっかけ等	地域人口の減少からケーブルテレビを軸としたビジネスモデルに危機感を持っており、新規事業の立ち上げの必要性を感じていた。しかし、これまで既存サービスの軸から外れた事業を行った経験がなく、また経営層自身も多忙なことから、壁打ち相手となり、ともに手も動かしてくれる右腕的な存在を求めている。また、営業力を強化してケーブルテレビの加入率を上げたいと思っていたが、社内で行う人材育成にも限界を感じていた。マッチング面談を進める中で副業人材は自身の思い描く方向性に共感してくれており、営業力強化、新事業の拡大につながる提案をしてくれたため、一緒に取り組むことになった。		
②取組内容 人材戦略 の実行	新規事業の壁打ち 副業人材と月に1回の打合せを行い、常務の壁打ち相手として意見交換を行いながら新規事業開始に向け一緒に準備を始めた。常務一人では整理できていなかった課題ややりたいことを一緒に整理し、市場リサーチ等もサポートしてもらうなど、新規事業の準備に貢献してもらっている。 営業力強化に向けた新人教育 中途採用で今年8月から入社した新人営業社員へ、月に1回副業人材による同行営業等で営業力強化トレーニングを行っている。上司・部下の関係性ではない外部の営業プロフェッショナル人材によるトレーニングを行ったことで、新入社員でも臆することなく積極的な質問や交流ができていてスピード感のある営業力向上にも繋がっており、同行営業中の新規契約獲得も生まれた。		
③取組後の 効果／ 今後の展望 組織や 事業活動の 変化	今後は、外部人材との交流で学んだスキル・ノウハウを社内に横展開 今まで社内人材のスキルで行ってきた業務が、副業人材による教育で効率化された。また、この経験が外部人材との交流で得られるスキルやノウハウの有効性に気が付くきっかけとなり、今後は一人が得たスキルを社内でも共有できる仕組みを行っていきたいと考えている。 フルタイム勤務が主流の職場から、多様な人材がそれぞれの働き方を実現できる職場への転換 副業人材の活用がきっかけで、社内の働き方に対する考え方に変化が生じた。正社員が抱えていた業務を分解し、正社員がコア業務に集中できるようパートタイム職員の雇用を増加させた。パートタイム職員には働く時間に柔軟性を持たせたことで、雇用後もモチベーション高く働いている。正社員もコア業務に集中できる時間が確保でき、業務の質が向上した。		

③有限会社紅葉屋の事例

○	有限会社紅葉屋	育成 副業・兼業人材 による社員育成	育成 社内 人材育成
	所在地：徳島県阿南市 設立：明治4年 資本金：－ 従業員数：10名 事業概要：菓子の製造・販売、パンの製造・販売 業種：食料品製造業		
副業人材と「マーケティング戦略の策定」に取り組み、売り上げ向上と新たな挑戦への足掛かりに			
● マーケティング戦略を見直し、戦略に基づいた情報発信を強化したことで売上向上につながった ● 副業人材による会社の現状と経営課題に寄り添った具体的なアドバイスと支援のもと、新たな挑戦にも取り組むことができた			
①取組前 経営者の 悩み、 きっかけ等	社長自身が商品作り手の要であり魅力の発信方法まで考える時間が確保できず、販売戦略について専門的な知見が足りていなかった。そんな中で取り組んでいた商品棚の紹介文や企業HP・SNSでの情報発信も、なかなか売り上げに反映されず、特にECサイトの売り上げに伸び悩んでいた。マッチング面談では、ECサイトの売り上げ拡大の前にまずはマーケティング戦略から考えるべきという提案に納得感があり、また豊富な経験によるアドバイスが的確で信頼できる方だと感じたので、副業人材を受け入れることになった。		
②取組内容 人材戦略 の実行	マーケティング戦略の見直し ECサイトでの売り上げ向上ではなく、まずは道の駅やイベントへの出店で地場のファンを増やすことから取り組んでいる。現在は新たな取り組みであるイベント出店も積極的に進めており、出品用の資料作成・商品選定等を副業人材にサポートしてもらっている。 商品ひとつひとつのターゲット顧客と魅力の整理・発信 作り手目線であった値札に記載する商品紹介を、第三者目線からの商品紹介に変更した。それにあたり、ひとつひとつの商品を誰に向けてどのような目的で購入してほしいか、食べてほしいかという商品のターゲット顧客と訴求ポイントを細やかな点から見つめ直したことで、伝えられていなかった魅力やこだわりを商品説明文上で発信できるようになった。 新たな社内SNS担当の育成 社長が手が回っていなかったSNS担当を新たに育成し、副業人材からのアドバイスや勉強会参加を通じスキルアップに取り組んでいる。		
③取組後の 効果／ 今後の展望 組織や 事業活動の 変化	販売戦略の整理ができたことで、商品ごとのターゲット層・マーケティングの明確化につながった 商品紹介文の修正から始めたことで、これまで意識できていなかった商品のターゲット顧客と魅力を一から見直し、販売戦略を見直す機会にすることができた。また、社内で新たなSNS担当が育成され、商品の作り手である社長と共に商品に向き合い発信に取り組んだことで、SNS担当者として手である社長が目線合わせするきっかけにもなり、より顧客に届く魅力発信へと改善された。副次的な効果として、写真を掲載することで従業員の衛生管理に対する意識が向上した。 副業人材と取り組む新たな挑戦・販路開拓 副業人材との取り組みをきっかけに、社長が一人で背負っていた商品制作・商品紹介・情報発信の仕事を社内で分散できた。また、副業人材による多様なサポートにより、イベントへの出店等の新たな取り組みに挑戦できている。		

④所感

外部人材と約1年間取り組みを継続している2社へ、取組内容や効果について伺った。KBN株式会社においては、当初予定していた新人の営業力強化支援に加え新規事業の壁打ち支援を行っており、副業人材が新人の新規契約獲得や新規事業開始の準備に貢献していることが分かった。また、副業人材の活用がきっかけで社内の働き方も多様化し業務の質が向上するなど、副業人材とのプロジェクト内容以外の派生効果も生まれていた。

有限会社紅葉屋においては、マーケティング戦略の策定として、戦略・商品の魅力発信方法の見直しとSNS担当の育成が進められていた。外部人材ならではの第三者目線から新たに商品紹介を作成することで、商品のこだわりや魅力がより伝わりやすい内容で発信されるようになったことに加え、SNS担当者の育成と発信強化から、従業員の衛生管理意識が向上するなどの効果が生まれている。

以上の結果から、外部人材の活用はそのプロジェクト内容のみならず、社員の育成や企業の働き方改革に派生効果をもたらすことがわかったため、今後多くの企業へ横展開を行っていく際の訴求ポイントとしたい。

6. 経営支援機関向けセミナー・ワークショップ

地域の経営支援機関が中小企業等の経営者等に対して、中小企業等が抱える経営課題の解決に向け、人材戦略の策定・実践のための具体的な取組を整理できる能力向上を目指し、経営戦略と紐付いた人材戦略の検討に係る支援手法や人材確保の支援を行う上でのポイント等のノウハウ習得を目的に、セミナー・ワークショップ等を開催した。

【1】支援ネットワークモデル紹介セミナー

経営支援機関等が相互に連携して人材確保支援に取り組む地域ネットワーク（以下、「支援ネットワーク」という。）のモデル事例を紹介するセミナーを開催した。セミナー内容を自組織に落とし込み、実践いただけるよう、セミナーに参加する支援機関が自身の役割や取り組み方をイメージできるような内容とした。

①概要

- ・開催日時：2024年7月10日(水) 16:00~17:30
- ・開催場所：オンライン（Teams）
- ・参加者数：19社

②広報物

The poster is for a seminar titled "兼業・副業人材活用事例から学ぶ！ 企業への人材確保支援力向上セミナー" (Learning from part-time/contract employment examples to improve human resource assurance support power for companies). It is organized by the Shikoku Economic Industry Bureau (主催) and Pasosana JOB HUB (運営). The seminar is free of charge (参加無料). It features three speakers: 三島信司 (Sanami Nobuhiro), 住谷健治 (Suzutani Kenji), and 亀井 諭 (Kamei Ryo). The date and time are July 10th (Wednesday) from 16:00 to 17:30. The venue is online via Teams. The agenda includes an opening, a presentation on support methods, a Q&A session, and a closing. A QR code is provided for registration, with a deadline of July 9th (Tuesday) at 17:00. Contact information for Pasosana JOB HUB is also listed.

③プログラム内容

1. オープニング 開会挨拶

2.四国経済産業局 地域経済部 地域経済課長 松坂 茂

3.セミナー 株式会社パソナ JOB HUB ソーシャルイノベーション部 シニアマネージャー 亀井 諭

「地域企業の人材不足解消に向けた支援機関職員の人材戦略支援能力向上と支援機関ネットワーク形成の重要性」

4.パネルディスカッション

<トークテーマ①> 兼業・副業人材と企業とのマッチングプログラムに伴走して気づいた学びは？

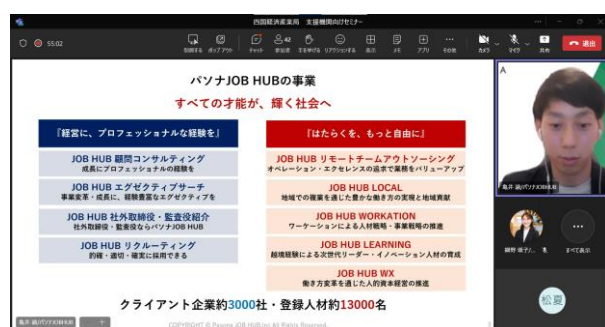
<トークテーマ②> 企業に対して、日頃どのように話をしているか？

<トークテーマ③> 他機関との連携における気づきやメリットは？

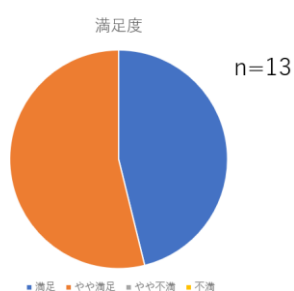
<トークテーマ④> 今後、人材を通じた企業支援をどのようにしていきたいか？

5.エンディング

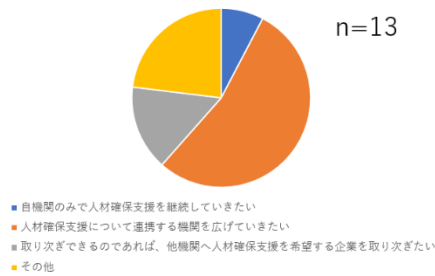
④実施の様子



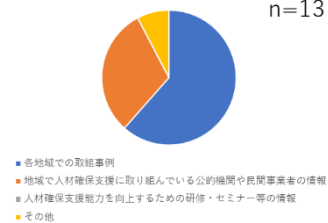
⑤アンケート



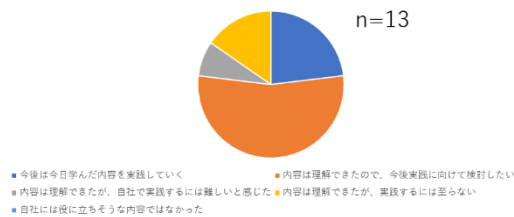
企業の人材確保支援にどのように取り組んでいきたいですか



地域企業の人材確保支援を進めるにあたって、あれば良いと思う情報はありますか。



「中小企業・小規模事業者人材活用ガイドライン」についてどのような感想をお持ちになりましたか。



⑥所感

満足度 100%という結果を得ることができた。昨年度に引き続き、要因としては、セミナー形式での講演に加えて、実践者によるパネルディスカッションを実施したことで、より具体的な取り組みの理解が深まったものと考えられる。また、人材活用ガイドラインの感想については、75%以上が「今後は学んだ内容を実践していく」「内容は理解できたので、今後実践に向けて検討したい」と回答しており、理解促進は達成できたと考えられる。一方で半数以上が実践に向けては検討段階との回答であったため、人材活用ガイドラインを自組織においてどのように活用できるのか、また企業に対する効果的な活用方法については、今後も継続的なフォローアップが必要だと考えられる。

「企業の人材確保支援にどのように取り組んでいきたいですか」という質問に関しては、半数以上が「人材確保について連携する機関を広げていきたい」と回答しており、参加した支援機関としても広く連携先を求めていきたいと考えていることが分かった。また、「地域企業の人材確保支援を進めるにあたって、あれば良いと思う情報」として、「各地域での取組事例」が最も多く挙げられていたため、今後も四国内で生まれた事例発信を重視していきたい。

【2】支援機関向け人材活用ガイドラインワークショップ

事業終了後、支援機関が本業の中で人材活用ガイドラインを活用しながら、人材確保支援に取り組めるよう、ワークショップを行った。

一部地域では、ワークショップに代わり、個別訪問での説明・ディスカッションを実施した。

①坂出

坂出市内における金融機関や商工団体を対象に、人材活用ガイドラインの説明およびワークショップを実施した。

- ・開催日時：9月26日(木) 15:00~16:30
- ・開催場所：坂出商工会議所
- ・参加者数：6名

・プログラム

- 1.開会挨拶
- 2.R6 年度複業マッチングプログラムについてのご共有
- 3.人材活用ガイドラインについてのご紹介
- 4.ワークショップ

〈テーマ①〉企業に対してどのようなヒアリングを行うか

〈テーマ②〉どのような人材支援を実施しているか、これからどのような人材支援をしていきたいか

5.閉会挨拶

・ワークショップ資料の例

本日のワークショップの目的

- ・3ステップの手順で経営課題の背景にある本質的な課題を見だし、人材戦略を検討する
- ・兼業・副業人材活用事例から3ステップを考える

COPYRIGHT © Pearson JOB HUB, Inc. All Rights Reserved.

A社

創業：1976年
従業員：60名
事業内容：金型の設計・製造
会社概要：創業45年の金型の設計・製造会社。主要顧客である大手家電メーカーの工場の新規稼働に伴い売上減少が慢性化。新規販路開拓も進んでいない。事業の縮小で従業員数も減り、高齢化も進んでいる。「下請け休業」で意欲の低い従業員も多く、ベテラン社員の経験に頼った管理を行っている。事業承継予定の30代後半の専務を中心に新しいことに取り組みたいと考えている。

ミッション：優れた技術を通じて、社会に貢献する
ビジョン：MADE IN JAPANを世界へ
バリュー：お客様の「こうしたミズシヨウ/ビジョン/バリューの検討・策定

経営課題	具体的な課題	背景にある課題	人材戦略の方向性
①売上向上	従来の顧客が離れたため、新たな顧客を開拓したい	新規顧客開拓のマーケティング戦略が確立していない ・取引先に商品・サービスの魅力を効果的に伝えるメッセージが確立できていない	ステップ2 人材戦略の検討 中級人材採用 人材戦略の検討 中級人材採用 中級人材育成
②生産管理	生産コストが削減できていない ・設備投資が不足している ・設備の老朽化による故障頻度が増えている	ステップ1 経営課題と人材課題の見つめ直し 生産コスト削減と人材課題の見つめ直し 生産コスト削減と人材課題の見つめ直し	
③人材育成	自社に必要なスキルや能力を確保し、従業員がそれを習得できるように自己啓発に取り組み学習環境を整えることができていない		

COPYRIGHT © Pearson JOB HUB, Inc. All Rights Reserved.

・ 実際の様子



・ アンケートコメント抜粋

満足度	感想
満足	事業内容が理解出来ました。今後の仕事に活用できそうです。
満足	他機関の方々との交流
満足	他の機関等の方の意見が大変参考になりました。（学びの機会をいただきました。ありがとうございます。）
満足	複業人材について具体的にイメージすることが出来た。人材支援策として活用させていただきたいと感じています。
	今回のワークショップについて、良かった点・改善すると尚良い点（今後ワークショップに盛り込むと良いと思われる内容や、人材確保支援に当たり行政機関から支援を受けたいこと等）を御記入ください。
	良かったです。香川での事例、取組は知りたいです。現在取り組まれている複業人材紹介がどんな効果が出たのか等興味があります。

②新居浜

新居浜市内における金融機関や商工団体を対象に、人材活用ガイドラインの説明およびワークショップを実施した。

- ・ 開催日時：9月25日(水) 15:00~16:30
- ・ 開催場所：新居浜テレコムスクエア
- ・ 参加者数：3名
- ・ プログラムは坂出市と同様のため割愛する。

・ 実際の様子



・ アンケートコメント抜粋

満足度	感想
満足	ワークショップ楽しかったので最後まで参加したかったです。
満足	他社で取組や、他者の視点を話し合えたこと

③阿南

阿南信用金庫の本店担当者及び各支店長を対象に、人材活用ガイドラインの説明および事例紹介、意見交換を実施した。

・ プログラム

- 1.兼業副業人材活用のご説明
- 2.R6 年度複業マッチングプログラムについてのご共有
- 3.阿南市内の事例のご紹介
- 4.質疑応答

・ 開催日時：6 月 24 日(月) 15:00~16:30

・ 開催場所：阿南信用金庫 会議室

・ 参加者数：

・ 実際の様子



・アンケートコメント抜粋

満足	感想
満足	これまでは複業人材への支援の仕方がよく分からなかったが、今回の説明で事業者への提案が出来ました。理解出来ました。
満足	具体的事例等もあり、ある程度はイメージできた。
満足	地元企業を例に出していただき、イメージがしやすかったです。
やや満足	日々の営業の中で事業者への提案が出来そうである

④高知

高知県における自治体及び金融機関等支援機関を対象に個別訪問を行い、人材活用ガイドラインの説明および事例紹介、意見交換を実施した。

訪問先（日時）	内容
高知銀行：みらいサポート部	・兼業副業人材活用支援についても関心はあるものの、人材紹介担当（OB 人材のみ両手型）は現状ほぼ一人で担当しており、現状業務だけでも手が回っていない状態。 ・人材活用ガイドラインはあまり活用できていない。
株式会社 SHIFT PLUS	・高知県から兼業副業人材活用事業を受託している。例年企業開拓に苦戦しており、マッチング後のフォローアップはあまりできていない状況。 ・人材活用ガイドラインはあまり活用できていない。
高知市役所	・人材確保支援はまだ踏み込めていないが、必要性は感じている。 ・よろづ支援拠点への相談件数も増えてきている。 ・複業マッチングプログラムの内容には関心がある。ぜひ高知でもやってもらいたい。 ・企業開拓など、市としても協力できるところはお手伝いしたい。
高知県庁	・県としてのマッチング事業は今年は 30 件を達成しそうで、参加企業からの反応も良い。 ・一方で、現在は受託事業者担当者(シフトプラス)のネットワークやスキルのみ属人的に頼っている点は少し気にかかっている。 ・令和 9 年までは続けていく方針。新しい提案は歓迎。 ・局の事業とは、今後も意見交換していきたい。
Scratch 株式会社	・来年以降高知でも現地フィールドワークができれば嬉しい。 ・高知市以外にも、面白い事業者はいるのでツアーで回って複業人材に紹介したい。 ・コーディネーター的な役割を担うのも前向きそうな印象。

⑤所感

地域の状況に応じて、複数支援機関を集めたワークショップ（香川県坂出市・愛媛県新居浜市）、深く連携した単一の金融機関におけるワークショップ（徳島県阿南市）、個別に自治体や支援機関を訪問しての意見交換（高知県高知市）を実施した。

複数支援機関を集めたワークショップ（香川県坂出市・愛媛県新居浜市）では、架空の事例企業に対する人材支援に照らし合わせて、人材活用ガイドラインを活用した支援策の検討を行った。ステップごとに解説を行いながらワークを実施したことで、「具体的にイメージすることが出来た」「今後の仕事に活用できそう」といった感想が寄せられたように、人材活用ガイドラインを活用した人材支援のイメージを具体的に持っていただけたのではないかと感じる。

また、昨年度に引き続き参加いただいた方と、異動等の関係で今年度初めて本事業の取組を知った方とがどちらも参加していたが、共通して「他の支援機関の取り組み事例や視点が参考になった」という感想が寄せられており、複数の支援機関がワークショップを通してともに学び、意見交換を行うことに、ポジティブな感情を持ってくださったことがうかがえる。

深く連携した単一の金融機関におけるワークショップ（徳島県阿南市）は、阿南信用金庫の全支店長を対象に実施した。アンケートでは「これまでは複業人材への支援の仕方がよく分からなかったが、今回の説明で事業者への提案が出来ました。理解出来ました。」「具体的事例等もあり、ある程度はイメージできた。」等の声が寄せられていた。阿南市内の身近な企業事例を用いながら、阿南信用金庫での取り組みや理解度に合わせて丁寧に説明を行ったことにより、初めて人材活用ガイドラインや人材支援について学んだ参加者も、本事業の取組や外部人材活用を通じた人材支援等の理解が深まっていたことがうかがえる。

阿南信用金庫内での場であったこともあり、質疑応答・意見交換では、本事業と阿南信用金庫との連携方法や、顧客名を挙げての営業方法の相談等、具体的な対話ができただけでなく、収穫であった。

これまで本事業での取り組み実績がない高知県高知市では、個別に自治体や支援機関を訪問しての意見交換を行った。打ち合わせ概要は上記の通りであるが、個別で打ち合わせを行ったことで、各組織の課題感や取り組みたい方針等をヒアリングすることができた。高知県では、県の事業として副業人材活用推進を行っていることもあり、県内企業の副業人材活用事例も多く生まれている。一方で、人材活用ガイドラインの理解・活用を含めた支援機関の巻き込みや支援力の向上には、まだ取り組めていない状況であり、今後も地域内で継続的に人材支援の取り組みが広がっていくためには、こうした点のフォローアップが必要であると考えられる。

7. 成果報告会

①概要

・開催日時：2025年2月26日(水) 16:00~17:30

・開催場所：オンライン (Webex)

・参加者数：25団体・33名

【企業】12社

【自治体】6団体

【支援機関】7社

【複業人材】2名

【その他】1団体

②広報物

四国で広がる複業人材活用による、新たな経営課題解決の方法とは？

◆◆ 四国の企業の取組事例をご紹介 ◆◆

2/26 Wed 16:00 → 17:30 オンライン開催 (Webex)

参加無料

経営者
支援機関
自治体 向け

今年度参加企業

新居浜市 阿南市 高知市 徳島市

近藤 高郎氏 星場 俊之氏 Scratch 株式会社 K2N 株式会社 複業人材

開催概要

四国経済産業局では、中央部から四国内の企業と、地域企業の経営者に共通して自らのスキルを活かしたいと地域貢献に思いをもった企業の人材を結ぶ複業人材マッチングプログラムを実施しています。昨年度からの重点地域である徳島市・新居浜市・阿南市、そして今年度から新たに香川県・高知市でも複業人材マッチングプログラムを実施し、連携にいたるまでの過程や複業人材から得られた効果など実例をふまえてご紹介いたします。企業の経営力強化や人手不足に悩んでいる企業は経営課題解決の法宝として、多様な経験・スキルを持ち得意に思いを寄せる複業人材の活用を考えてみませんか？(※本事業における「複業」は「複業人材」を「複業人材」と定義しております)

タイムスケジュール

16:00 オープニング

16:05 今年度、四国内で実施した複業マッチングプログラムとは？
(※徳島・香川・高知・阿南市・徳島市・高知市(徳島市)・徳島市(高知市)・高知市(徳島市)を中心に実施した「複業マッチングプログラム」の概要と効果についてご紹介します)

16:25 参加企業×マッチングした人材によるトークセッション
(今年度、昨年度のプログラムを通じてマッチングした企業と複業人材をお招きし、実例をお話いたします)

17:10 地域コーディネーターから見た複業マッチングプログラムの魅力
(各地域の企業の活躍を促すための地域コーディネーターから、複業マッチングプログラムの魅力と今後の可能性をお話します)

17:20 エンディング

申し込みについて

下記 QRコードをスクリーンショット先の申し込みフォームもしくは下記ご連絡先へご連絡ください。
申し込みは下記に限定し、抽選のうえお送りいたします。

申込 締切 2.25 18:00 まで

<https://shikoku-jinzai-form.mell.go.jp/m?i=3>

お問い合わせ先 株式会社パソナ JOB HUB (担当：新野・松嶋・川島) shikoku-jinzai@pasona-jobhub.co.jp

【主催】四国経済産業局 令和6年度四国経済産業局における地域中小企業・小規模事業者の人材確保支援等事業
【企画運営】株式会社パソナ JOB HUB (事業委託会社)、株式会社能力創生、株式会社トリップランド

③プログラム内容

1. オープニング

2. 開会挨拶

3. 今年度、四国内で実施した複業マッチングプログラムとは？

4. 参加企業×マッチングした人材によるトークセッション

○今年度参加企業

<トークテーマ①> 副業マッチングプログラム参加のきっかけ・切り出した課題

<トークテーマ②> 複業マッチングプログラムに参加して気づきや変化、今後進めていきたいこと

<トークテーマ③> 難しかったこと

<トークテーマ④> 登壇者より参加者へのメッセージ

○昨年度マッチングペア（拡販戦略・営業強化支援）

<トークテーマ①> 複業マッチングプログラム参加のきっかけ

<トークテーマ②> 1年間複業人材と取り組んだ内容・効果

<トークテーマ③> 1年間複業人材と取り組んで難しかったこと

<トークテーマ④> 登壇者より参加者へのメッセージ・こんな方におすすめ

5. 地域コーディネーターから見た、複業マッチングプログラムの魅力

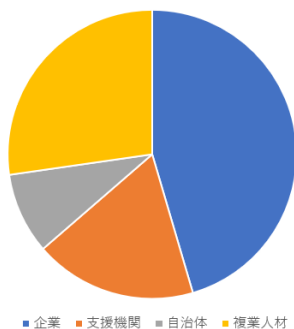
6. クロージング

④ 実施の様子

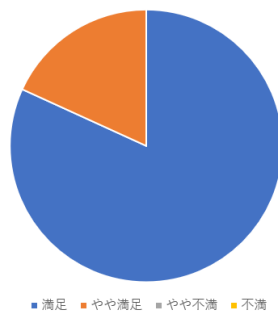


⑤ アンケート

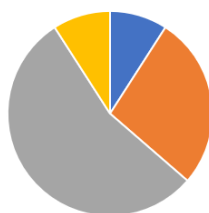
ご自身に当てはまるものを選択ください



満足度



最も印象に残ったパートを選択ください。



- 今年度、四国内で実施した複業マッチングプログラムとは？
- 今年度参加企業によるトークセッション
- 昨年度参加企業×マッチングした人材によるトークセッション
- 地域コーディネーターから見た、複業マッチングプログラムの魅力
- その他

⑥所感

参加者属性としては「企業」が最も多く、地域企業の関心度の高さが伺える。また、アンケート結果によると「今回のセミナーに参加してみてもの満足度」に関しては、「満足」・「やや満足」が100%であった。理由としては「既存の雇用の枠を超えた人材活用の可能性を感じた。」「事業者と複業者、双方の視点から経過等が聞けて良かった。」といったコメントがあり、どの属性の参加者にとっても満足できる内容になったと考えられる。「最も印象に残ったパートを選択ください。」という質問に対しては「昨年度参加企業×マッチングした人材によるトークセッション」が約60%、「今年度参加企業によるトークセッション」が約25%を占めており、マッチングに至るまでの経緯や外部人材活用の効果について、当事者のリアルな声を聴けたことが満足度の高さにつながったと考えられる。

「今後、ご自身でどのようなことを実践してみたいと思いましたか。」という質問に対しては、支援機関所属の参加者から「次年度の取り組みとして、今回ご紹介いただいたようなマッチングツアー的なものを実施し、域内事業者への啓発を行ってみたい。」というコメントがあった。こうした意欲が高い支援機関に関しては、次年度以降に改めてヒアリングを行い、地域での自走化に向けての連携も検討していきたい。

一方で、アンケートの回答には「複業人材からの提案内容をもう少し具体的に知りたい」というコメントもあった。今回の成果報告会は、今年度の参加企業の感想や、昨年度から継続した外部人材活用の成果を重点的に伝えていたが、次年度以降に実施する際には、プログラムの流れや具体例もより詳細に示すことができるとより参加者の解像度が上がるのではないかと感じた。

8. フォローアップ調査

【1】令和6年度参加企業に対するフォローアップ

令和6年度本事業へ参加した企業について、2回程度アンケート調査を実施した。

各回のアンケート結果を踏まえ、現在の状況に対する仮説と、今後の施策の方向性案について記載する。

<企業向け(課題解決人材活用セミナー時)>

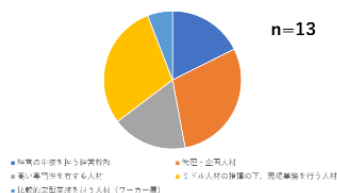
回答：13社

経営課題



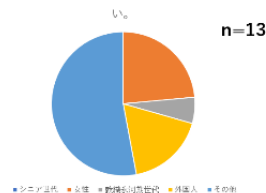
確保している人材層（役割別）

貴社がこれまで概ね確保できている人材層を【役割別】で全てお教えください



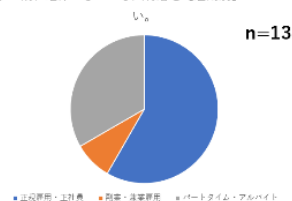
確保している人材層（属性別）

貴社がこれまで概ね確保できている人材層を【属性別】で全てお教えください



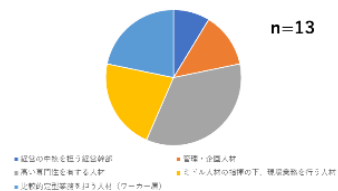
確保している人材層（雇用別）

貴社がこれまで概ね確保できている人材層を【雇用別】で全てお教えください



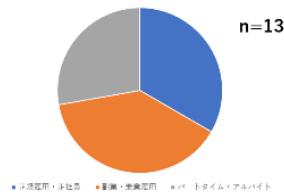
確保したい人材層（役割別）

貴社が今後確保したい人材層を【役割別】で全てお教えください



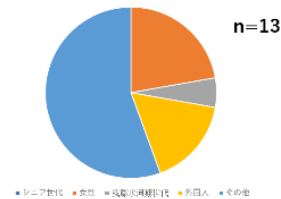
確保したい人材層（雇用別）

貴社が今後確保したい人材層を【雇用別】で全て教えてください。



確保したい人材層（属性別）

貴社が今後確保したい人材層を【属性別】で全て教えてください。



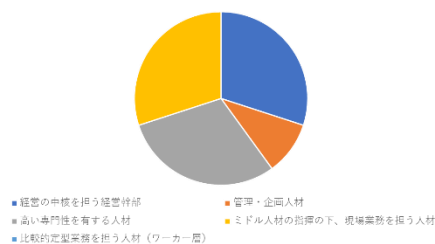
アンケート結果を見ると、「貴社が今後確保したい人材層を【雇用別】ですべて教えてください。」という質問に対しては、「高い専門性を有する人材」の回答の割合が最も大かった。また、「貴社が今後確保したい人材層を【雇用別】ですべて教えてください。」という質問に対しては副業・兼業雇用という回答が三分の一以上あった。「貴社が今後確保したい人材層を【属性別】ですべて教えてください。」という質問に対しては、「シニア世代」の回答が半数を超えており、現実的な選択肢として、シニア世代の活用に期待を寄せられていることがわかる。

一方で、上記のように「確保したい」と回答があった人材層に対し、「シニア世代」以外の項目では、「概ね確保できている」と回答した数は少なくなっており、企業が優先度高く感じている課題に対し、解決するための人材確保が難しい状況が伺える。

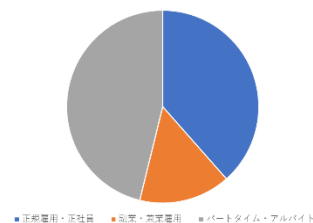
<企業向け(マッチング終了時)>

回答：10 件

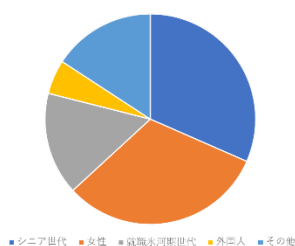
貴社がこれまで概ね確保できている人材層を【役割別】で全て教えてください。



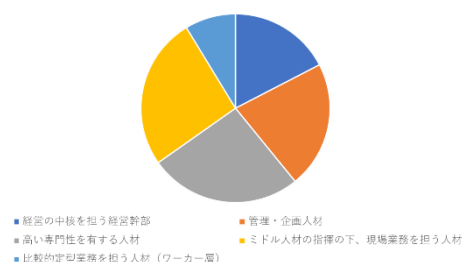
貴社がこれまで概ね確保できている人材層を【雇用別】で全て教えてください。



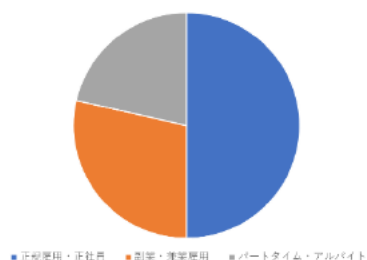
貴社がこれまで概ね確保できている人材層を【属性別】で全て教えてください。



貴社が今後確保したい人材層を【役割別】で全て教えてください。



貴社が今後確保したい人材層を【雇用別】で全てお教えてください。



貴社が今後確保したい人材層を【属性別】で全てお教えてください



セミナー終了時の結果と同じく、「確保したい」と回答があった高い専門性を有する人材、兼業・副業雇用の人材層に対し、「概ね確保できている」と回答した数は少なくなっており、企業が優先度高く感じている課題に対し、解決するための人材確保が難しい状況が伺える。

・所感

「副業・兼業雇用」を確保したいと回答する企業が多いなどのアンケート結果から、副業・兼業人材の活用という新しい人材活用について、企業に一定程度浸透していることがうかがえる。副業人材側の希望者は市場を見ても増加している一方で、四国において副業・兼業人材の確保に至っていない企業がいまだ多くあることから、具体的な副業・兼業人材活用の方法の周知や、活用に向けた導入支援を今後もより丁寧に実施していく必要があると言える。

本事業においては、マッチングプログラム形式で、企業に副業・兼業人材を活用する前の課題の整理・人材要件定義から、副業・兼業人材の理解を深める対話、人材選定やマッチング後のプロジェクト設計までを丁寧に体験していただくことで、企業の副業・兼業人材の人材確保におけるノウハウと実践知を得ていただくことを目指した。まだ副業・兼業人材活用のイメージが沸いていない企業に対しては、今後もこうした丁寧な支援を行い、すそ野を広げていくことが重要であると考えます。

【2】令和5年度参加企業に対するフォローアップ

令和5年度に実施しマッチングにいたった企業について、令和7年1月～2月の間に進捗を確認し、効果を把握した。

< 坂出 >

企業名	KBN 株式会社
1.副業人材活用後の状況	更新済み
2.取り組み内容	当初の業務内容
3.実施中の効果	2024 年は新規事業の壁打ちと営業力強化の支援をお願いし、月 1 回ずつ打合せと新人営業社員への同行を行ってもらった。 新規事業の壁打ちにおいては意見交換を行いながら新規事業開始の準備を始め、課題

	整理や市場リサーチ等でも貢献してくれている。 営業力強化支援においては上司・部下の関係性ではない外部人材によるトレーニングが積極的な質問やスピード感のある営業力向上にも繋がっており、同行営業中の新規契約獲得も生まれている。今後も引き続き支援を受ける予定。
4.実施中に苦労したこと	具体的な苦労やギャップはないが、外部人材の活用が初めてだったため、複業人材の副業経験をもとにリードしてもらっている。
5.満足度	満足
6.今後の取組について	状況に応じて活用したい
7.事業を通しての感想・課題	1歩踏み込んで挑戦したことで面白い化学反応を得ることができ、会社の一員でありながら社内言いにくいことも相談できる仲間のような存在ができたのが嬉しかった。今後は社内でも第三者と交わる意義を広めていきたいと思っている。
公開可否	可

<新居浜>

企業名	大石工作所
1.副業人材活用後の状況	すでに終了
2.取り組み内容	当初の業務内容
3.実施中の効果	購買時のフローを一緒に作ってくれた。アドバイスを得て、最終できあがった。自分たちで作ったものをブラッシュアップすることはなかったが、第三者からみてもらって普段ない切り口でみてくれたことは勉強になった。新たにコミュニケーションツールを使ったことも勉強になった。物品購入もスムーズになった。
4.実施中に苦労したこと	—
5.満足度	満足
6.今後の取組について	—
7.事業を通しての感想・課題	—
公開可否	可

企業名	大石工作所
1.副業人材活用後の状況	すでに終了

状況	
2.取り組み内容	当初の業務内容
3.実施中の効果	インスタアカウントのフォロワーが増えた。
4.実施中に苦勞したこと	—
5.満足度	普通
6.今後の取組について	状況に応じて活用したい
7.事業を通しての感想・課題	6.7は全体のもので、複業は初めてで従業員が学ばしてもらうことは多かった。第三者の意見ももらえて、自社にあったやり方を提案してくれたのは非常によかった。今後課題が出てくる中でさまざまな人と出会うというのは社員のスキルアップにつながるいい機会になるのでよかった。
公開可否	可（苦勞したことの公開は要検討）

9. 事業全体

【1】事業実施目標（KPI）

	イベント参加企業満足度※1	内定率※2	参加企業数※3
事業実施目標	90%以上	20%	100 社
結果	100%	82.7%	107 社

※1 「講演・セミナーA」及び「マッチングA」におけるアンケート結果による

※2 内定件数 24 件 / 参加企業数 29 社

※3 課題解決人材セミナー参加数：54 社（個別説明も含む）

集中支援参加数：27 社

マッチング実施企業数：26 社

【2】事業全体総括

事業全体の成果と学びを踏まえ、次年度以降の取り組みの方向性を下記のように提案する。

<事業運営全体>

○過年度における成果と学び

・はじめて課題解決人材等の副業・兼業人材活用を行う企業においても共感を重視したマッチングプログラムを行うことにより、令和 6 年度においては内定率 20%の KPI に対し、約 83%の内定率を達成できた（3 月 12 日時点）。またフィールドワーク等のマッチングイベントや人材からの提案書提出をプロセスに組み入れることで、マッチングしなかった企業も、マッチングまでの過程で経営課題の整理や今後の取組内容のヒントを得ることができ、本事業参加による一定の成果を得ることができた。

・支援機関向けセミナーやワークショップの実施等を通じて支援機関等においても副業・兼業人材活用の有効性に気づき、四国内の事例の理解を深めることができたと同時に、支援機関ごとの個別の連携方法の道筋も見えた。

○次年度以降の取り組みの方向性

・今後も、共感を重視したマッチングを行うことにより、副業・兼業人材活用に向けたマッチングプロセスにおける参加企業の学びの促進と、マッチング内定率の向上を目指すことができると考えられる。

・支援機関に対しては、ワークショップやヒアリングを実施しながら、個別に実情や課題、ニーズを踏まえた連携方法を検討できると良いのではないかな。

・過年度及び令和 7 年度の事例をもとに、本事業の成果をわかりやすく可視化し、今後副業・兼業人材を初めて活用する企業のすそ野が広がっていくよう、マッチング結果だけではない企業にとってのメリット・成果を整理し、イメージが沸きやすくなるような広報ツールがあると良いのではないかな。

・上記を踏まえ、本事業を通して副業・兼業人材活用の持続的な取組を進めるために、自治体を含めた地域内のステークホルダーと情報共有及び対話を行いながら、地域コーディネーターを中心とした四国に合った自走化のモデルを検討したい。

<企業募集について>

○過年度における成果と学び

・日頃より管内中小企業とのつながりがあり、事業内容や経営課題に関する対話を行っている地域コーディネーターからの声掛けを中心に行うことで、悩みを抱える中小企業等に効果的な訴求ができた。

・また、過年度において参加した企業やワークショップに参加した支援機関から紹介を受け、本事業に関心を持った企業も複数参加頂けた。

○次年度以降の取り組みの方向性

・過年度のマッチング事例を成功事例として横展開に活用しながら、引き続き地域コーディネーターからの声掛けに加えて、過年度参加企業が持つネットワークに対してもアプローチを行えると良いのではないかな。

・過年度に参加した地域未来牽引企業の経営課題や参加動機、マッチングプロセスにおける成果を分析し、令和7年度の地域未来牽引企業の参加促進に活かせると良いのではないかな。

・また、過年度のマッチングプロセスに参加頂き、副業・兼業人材活用に対する理解が深まった支援機関等からの声掛けも依頼したい。

<人材募集について>

○過年度における成果と学び

・四国内の自治体等とも連携し、移住関連サイト等への掲載も行いながら、四国や四国の企業に関心を持つ人材に対して効果的に訴求を行うことで、令和6年度においてはエントリー人数118名を達成した。その結果、フィールドワークの延べ参加人数95名、提案書提出204件を達成し、副業・兼業人材と企業との接点を多く生むことができた。

○次年度以降の取り組みの方向性

・過年度の結果を検証、踏襲しつつ、四国に愛着を持ち、より四国の地域課題や地域企業の経営課題に沿った人材募集施策を実施したい。

・また、自治体や支援機関等との対話の際に活用できる形でデータを抽出し、自治体や支援機関等の副業・兼業人材への理解を促進し、持続的な取組に繋がれると良いのではないかな。

<企業の経営支援（課題ヒアリング・面談同席等）について>

○過年度における成果と学び

・地域コーディネーターのみではなく、副業・兼業人材のマッチングやトレンドに知見のある当社の社員がヒアリングや面談への同席を行うことにより、副業・兼業人材にて解決が可能な課題の抽出やマッチングに向けた注意点の喚起等を行うことで、より質の高い経営課題の整理と、求める人材像の明確化を

行うことができた。

○次年度以降の取り組みの方向性

・自走化に向けては、当社にて実施しているポイントや注意点などを形式知化し、支援機関向け教材等にも反映しながら、地域コーディネーターや支援機関等に対してノウハウの共有を行えると良いのではないかな。

<企業と人材のマッチングについて>

○過年度における成果と学び

・令和6年度においては、初回のマッチング面談の後に、企業と副業・兼業人材によるキックオフ打ち合わせまで当社による同席を行いプロジェクト内容の詳細まで明確化を行ったことで、令和5年度の約66%から12%向上したマッチング内定率78%を達成することができた。

○次年度以降の取り組みの方向性

・引き続き、キックオフ打ち合わせの同席等により企業と副業・兼業人材のプロジェクトの進行支援を丁寧に行いつつ、当社にて実施しているポイントや注意点などを形式知化し、支援機関向け教材等にも反映しながら、地域コーディネーターや支援機関等に対してノウハウの共有を行えると良いのではないかな。

<支援機関向けセミナー・ワークショップについて>

○過年度における成果と学び

・支援ネットワークモデル紹介セミナーや個別地域ワークショップでの対話等を通じ、支援機関の副業・兼業人材活用の理解促進に繋がった。

・また、四国内のマッチング事例や副業・兼業人材の実例を用いたワークショップを行ったことで、実際の副業・兼業人材活用支援のイメージが具体化できたと考えられる。

○次年度以降の取り組みの方向性

・人材活用ガイドライン等を用いて、経営戦略と紐づいた人材戦略に係る人材確保支援のノウハウ習得を行いつつ、関心度の高い支援機関等については、マッチングプロセスへの伴走を促し、マッチング創出に携わることで、実践的な人材確保支援のノウハウを取得し、中小企業等への人材確保支援能力の向上を目指したい。