

2021年4月

経営Q&A

回答者
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
平田 麻莉

With/After コロナに広がる新たな人材活用トレンド
～ピンチをチャンスに！副業・兼業人材の活用事例～

Question

【相談者：農業法人K社 代表取締役Y氏】

当社は、中国地方で果樹生産をしています。市場や飲食店向けに旬の果物を生産・出荷するほか、6次産業化にも取り組み、観光農園も営んでいます。

ご多分に漏れず、コロナの影響で売上は減少傾向ですが、人手不足もあってこれといった策が打っていません。最近、首都圏の人が副業や兼業で地域の企業の課題解決を手伝う人が増えているとテレビで見ましたが、我々のような地方の果樹農家には縁遠い話のように思えます。現場に来てもらえるなら収穫や出荷の手伝いをお願いしたいのですが、それ以外では、何をどのようにお願いできるのか見当が付きません。

いわゆるIT企業や大手企業などでなくても、副業・兼業の人を巻き込んで成果が出た事例があれば教えてください。

Answer

副業・兼業人材の活用が有効なのは、IT企業や大手企業に限りません。むしろ、人手不足に悩み、現時点でマーケティングやDX（デジタルシフト）などの視点をうまく取り入れられていない中小企業や小規模事業者こそ、大きな経営改善・変革が期待できます。

しかし、普段、毎日のように顔を合わせる従業員と働くことに慣れていると、現場にいない副業・兼業人材に一体何ができるのか、どうやって協業するのか、全くイメージが湧かなくても当然です。

今回ご紹介する様々な業種、様々な経営課題における副業・兼業人材の具体的な活用事例を知ること、ぜひ自社ならではの活用方法のイメージを膨らませてみてください。

Case1：売上 80%減の観光農園が EC サイトの適切な運用で売上回復

主要事業：イチゴの生産・販売、イチゴ狩り観光農園
従業員数：10名 設立：1980年代

・背景

イチゴ栽培を長年やってきたが、「一日中、一年中楽しめる観光農園」を目指し、10年前から「イチゴ狩り」を開始。2019年12月のイチゴ狩りの売上は、前年度比170%と好調でこれからさらに来園者を増やす予定だった。しかし、コロナ禍により、イチゴ狩りの売上が80%減。自社販売の割合を増やしていきたいタイミングだったこともあり、大打撃となった。

「いつでも応援してくれる、ファンを増やす取組みをしたい」と手探りで EC サイトを作ろうとしてみたものの、何が正解か分からない。根拠と自信を持って EC サイトの運用をしたいが、全く経験がないため、悩むばかりであった。

・マッチング

全国から副業・兼業をしたい人を探せる「ふるさと兼業」というサービスを利用。ふるさと兼業は、様々なスキルと地域に貢献したいという想いを持つ人材が4500人以上登録しているサービスで、コーディネーターに自社の状況を相談すると、課題を整理した上で募集する人材像を定義し、募集要項を作成してくれる。

当社がそのサービスで募集をかけたところ、2週間で15名からエントリーがあり、コーディネーターも同席したオンライン面接の結果、以下の3名を採用できた。

- 1) プロジェクト全体の進行管理役として、千葉県在住で外資系金融機関に勤める男性
- 2) EC サイトの販売戦略設計・分析の担当として、6次産業化コンサル業を営む宮崎県在住の男性
- 3) SNS等を通じた情報発信の担当として、兵庫県在住でIT企業に勤める女性

・支援内容と進め方

秘密保持契約書を結んだ上で、過去の顧客名簿や予約状況を副業人材に共有。自社が実現したい事業像に基づき、ECサイトのデザインを刷新し、EC販売戦略を作ってもらった。プロジェクト終了後も自社の現場スタッフでサイトの持続ができるよう、人材育成も行いながら、現場主体のサイト運用体制を構築。SNSも一新し、ターゲット層を意識したサービス、写真、文面などについて副業人材から細かい助言をもらいながら、社内スタッフが投稿を行うようにした。

週1回のオンラインミーティングで各メンバーの担当業務の進捗やタスクを確認しながら、各々で作業を進める形を取った。

・成果

大手 EC モールへの出店を辞めて、ネットショップ開設サービスを利用した自社サイトを制作し、SNS で集客する方法に切り替えたことで、年間 120,000 円程度の経費削減に成功。また、既存サイトより売上が 3 倍も向上した。

Case2：プロの最新知見を駆使して経営者のアイデアを形にし、経費も大幅削減

主要事業：自動車学校の運営

従業員数：60 名 設立：1970 年代

・背景

若者のクルマ離れや自動運転の技術開発などを背景に斜陽産業と言われることもある自動車学校。業界全体が落ち込む中、経営者のアイデアと行動力で、これまでなんとか毎年の入校者数を増加させていたが、先行きの不安を感じていた。

経営者の右腕となってくれるような優秀な人材を採用したくても、人口 70 万人の地方都市で、人材確保の厳しさは増すばかりであった。

・マッチング

副業・兼業人材向けのプラットフォーム「SkillShift」を利用。企業情報や求人情報をオンラインフォームから入力し、掲載料を払うと、同サイトを閲覧している約 6,000 人以上の副業・兼業志望者に対して掲出される。

求人情報をアップした翌日から 20 人を超える応募があり、オンライン面談の結果、マーケティング、SE、新規事業の領域で副業に挑戦してみたいと考えていた 3 名と契約。

・支援内容と進め方

マーケティング人材には、HP のリニューアルと従業員へのマーケティング教育を依頼。新 HP では、発達障がいや軽度の知的障がいがある方など、運転免許取得に不安のある方の教習をサポートするプランを分かりやすく提示することに注力した。

SE 人材には、複数にわたり複雑化していた社内システムの一本化や、補助金・助成金を活用した IT 化によるインフラ整備、SNS 広告運用などを依頼。システム導入時の入札担当としての目利きも任せることができた。

新規事業人材には、自動車学校を活かした新たな事業展開を期待し、プログラミング教室の開校を依頼したが、実際に進めようとしたところで条件が合わず、1 か月で業務委託契約を終了した。

副業人材とはそれぞれ、月 2 回の個別ミーティングを実施。ほとんどオンラインだが、たまには来社して顔を合わせ、現場を見てもらうことも。その他の日々のコミュニケーションは無料のチャットツール（Chatwork）を利用。慣れればメールより早くて簡単。

・成果

HP のリニューアルにより、アクセス数が前年同時期より 35%増加。注力した発達障がい者の方向けプランは、入校待ちとなる方が出る状況に。従業員への教育のおかげで、自社でマーケティングの分析もできるようになり、マーケティング人材とは 5 か月で晴れて契約終了することができた。

システムの本体化により、ソフト使用料など年間 120 万円の経費を削減。また、テレワーク対応や、経理や人事労務業務のクラウド化など、様々なサービスの中から自社に最適なシステムを見極めてもらって導入を検討中。順調にいけば来期経費が 20 分の 1 に削減できる見込み。SNS 広告の費用対効果も検証できるようになった。

Case3：在庫管理を IT で見える化し、多発していた出荷ミスの特ームをゼロへ

主要事業：食物種苗卸

従業員数：150 名未満 設立：1950 年代

・背景

食物種苗の卸業を経営。出荷ミスによるクレームが多発していたが、明確な改善方法が見つかっていなかった。出荷する種苗の段階では判別が付かないこともあり、配送ミスが発覚するのは最短でも数か月後であるため、タイムリーな振り返りが出来ず、対策が後手になりがちになっていた。

また、業界の中でも老舗の同族企業であり、今までの行動が最善であるという先入観から新しいやり方に取り組むことに対する社内の抵抗が強く、売上は横ばい状態であった。

・マッチング

高い専門性を持つ副業・兼業人材 15,000 人が登録する「サーキュレーション」に相談したところ、自社の課題に合いそうな候補者を複数紹介してもらった。

いずれも同サービスが既に面談を行い、スキルや人物面でのチェックを済ませた人材なので安心感があったが、そのうち大手商社の食品子会社の工場長経験者で、食品・飲料分野(惣菜/味噌/和菓子/米飯/精肉/生鮮/水/紅茶/ココア/コーヒー等)で 20 年間、生産管理や生産技術、品質管理を経験したプロ人材と業務委託契約を締結した。

・支援内容と進め方

在庫管理法を見直して誰でも在庫管理が出来るようにすることをゴールに、従業員の意識改革と育成も含めて任せることにした。まずは、現状の問題点の洗い出しを行ってもらい、経営陣と現場の間で改善の必要性に関する認識の擦り合わせを図った。その上で、在庫管理における明確なルール作りと作業の標準化を主導してもらった。そして、在庫管理担当者の育成と組織作りにも取り組んでもらった。

・成果

在庫管理ルールを作っただけではなく、社内のIT基盤を整備したことで、誰でも在庫管理状況が見えるようになり、出荷クレームがゼロになった。また、予実管理が適正に行えることになったため、利益も改善した。

Case4：コロナ禍の観光収入減を補うため、ふるさと納税を強化し寄付件数が急伸

主要事業：自治体の観光まちづくり課

・背景

コロナ禍による観光収入の減少を補うため、ふるさと納税を強化したいと考えた。しかし、ふるさと納税の情報は各種ポータルサイトに分散していて、役場HPのふるさと納税ページでは情報集約ができていなかった。役場HPのシステムは複雑で手を加えにくいため、新たに写真中心の特設サイトを作れないかと考えた。

・マッチング

地方での副業・兼業を希望する人材が3,000人以上登録する副業マッチングサービス「トレジャーフット」を利用。担当コーディネーターがお困りごとのヒアリングに基づきデータベースから選定してくれた複数の候補者とオンライン面談を行った結果、多拠点生活をしながら地域ブランディングやデザイン案件を中心に手掛けているフリーランスデザイナーを採用することにした。

・支援内容と進め方

およそ3か月の期間で、他自治体のふるさと納税特設サイトの調査や掲載要素の選定、返礼品の撮影、デザイン・コーディングを任せ、ふるさと納税のピークを迎える12月には特設サイトをオープンした。また、特設サイトのデザインが役場内で非常に好評で、デザインのテイストを流用し新たにポスターやチラシも追加で依頼。現在、空港や主要観光地にてポスター・チラシも掲示中。特設サイトを開設して終わらず、今年度はふるさと納税の寄付者と地域の生産者・事業者をつなぐオンラインイベントを実施し、寄付者をファン化（=関係人口化）することで、ふるさと納税のリピーターや継続購入を図る。

・成果

特設サイト開設後、寄付件数が昨年対比144%に増加。また、サイトとポスターで合わせてかかった費用は約25万円と、業者に依頼するよりも大幅に費用を削減できた。

以上、4つの事例をご紹介しました。いずれも経験豊富な人材の手を借りることで、比較的短期間で売上を伸ばしたり、業務効率化を実現したりした事例でしたが、副業・

兼業人材が活躍できる分野はこれに限らず、無限に広がっています。御社の課題も、きっと解決できる道があるはずです。

まだ具体的なイメージが湧いていない方も、既に依頼したいことが明確で優秀な人材を探したいという方も、副業・兼業人材の活用にご関心のある方は、求人ステーションで無料相談やサポートを行っています。優秀な人材を探すためのマッチングサービスにも様々な得意領域やビジネスモデルの違いがあるので、御社のご要望に合わせたご紹介ができます。ぜひお気軽にお問い合わせください。

《執筆者紹介》

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

代表理事 平田 麻莉（ひらた まり）

慶應義塾大学在学中にPR会社ビルコム創業期に参画。Fortune 500企業からベンチャーまで、国内外50社以上において広報の戦略・企画・実働を担う。ノースウェスタン大学ケロッグ経営大学院への交換留学を経て、2011年に慶應義塾大学ビジネス・スクール修了。以後フリーランスで広報アドバイザーを行う傍ら、2017年1月にプロフェッショナル&パラレルキャリア・フリーランス協会設立。政策提言や実態調査、フリーランス向け福利厚生制度の提供、副業・兼業人材活用企業の支援などを行い、新しい働き方のムーブメントづくりと環境整備に情熱を注ぐ。政府検討会の委員・有識者経験多数。

日本ビジネススクール・ケース・コンペティション(JBCC)発起人、初代実行委員長。パワーママプロジェクト「ワーママ・オブ・ザ・イヤー2015」、日経WOMAN「ウーマン・オブ・ザ・イヤー2020」受賞。

副業・兼業人材活用の無料相談・サポート窓口「求人ステーション」

HP：https://www.freelance-jp.org/lp_kyujin_station/

メールアドレス：cr-staff@freelance-jp.org

