

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！

企業概要

製造業

- 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・兼業プロ人材を採用した背景

- 自動車業界は“100年に1度の改革期”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・営業体制も一段高いレベルへ引き上げる必要があった。

副業・兼業プロ人材活用方法

月額報酬：5万円

応募人数：20名 → 採用人数：1名

- 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。マッチング後、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った副次的な効果が表れている。

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！

企業概要

製造業

- 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・兼業プロ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「人材育成・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。
- 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。

副業・兼業プロ人材活用方法

月額報酬：5万円

応募人数：20名 → 採用人数：1名

- 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。

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！

企業概要	副業・兼業プロ人材活用方法
<div data-bbox="71 415 275 475" style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">製造業</div> <ul style="list-style-type: none"> ● どら焼きなどの和菓子や地元農産品の製造・販売。 	<div data-bbox="1105 415 2191 511" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> 月額報酬：4万円 応募人数：11名 → 採用人数：1名 </div> <ul style="list-style-type: none"> ● 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、今後に期待が持てる。
<h3>副業・兼業プロ人材を採用した背景</h3> <ul style="list-style-type: none"> ● 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。 ● 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。 	

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！

企業概要	副業・兼業プロ人材活用方法
<div data-bbox="71 415 275 476" style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 10px;">製造業</div> <ul style="list-style-type: none"> ● 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。 	<div data-bbox="1105 415 1475 511" style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-right: 10px;">月額報酬：5万円</div> <div data-bbox="1480 415 2193 511" style="border: 1px solid black; padding: 2px;">応募人数：6名 → 採用人数：1名</div> <ul style="list-style-type: none"> ● 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。
<h3>副業・兼業プロ人材を採用した背景</h3> <ul style="list-style-type: none"> ● 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、<u>販路拡大</u>を検討。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。

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。

企業概要

製造業

- 創業以来、木箱、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。独自の特許技術を駆使した商品の開発・販売及びOEM、コラボレーション商品の開発・販売。

副業・兼業プロ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。
- 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。

副業・兼業プロ人材活用方法

月額報酬：3万円

応募人数：17名 → 採用人数：1名

- 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。

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！

企業概要	副業・兼業プロ人材活用方法
<div data-bbox="71 415 275 475" style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;">製造業</div> <ul style="list-style-type: none"> • 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。 	<div data-bbox="1108 415 2191 511" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> 月額報酬：3万円 応募人数：37名 → 採用人数：2名 </div> <ul style="list-style-type: none"> ● 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。
<h3>副業・兼業プロ人材を採用した背景</h3> <ul style="list-style-type: none"> ● 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、<u>自社の独自商品を製造・販売したい</u>と考えていた。 ● 自社商品を展開するには「<u>新商品の開発</u>」と「<u>開発した商品の広報・PR・マーケティング</u>」が必要。しかし同社には、そのノウハウが不足していた。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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。

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。

企業概要

製造業

- 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・兼業プロ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。

副業・兼業プロ人材活用方法

月額報酬：5万円

応募人数：8名 → 採用人数：1名

- 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。

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。

<h2>企業概要</h2>	<h2>副業・兼業プロ人材活用方法</h2>
<div data-bbox="71 415 275 476" style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 10px;">製造業</div> <p>①染料事業：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</p> <p>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、再帰性反射被膜の製造販売、受託加工</p>	<div data-bbox="1105 415 2193 511" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> 月額報酬：3万円 応募人数：32名 → 採用人数：2名 </div> <ul style="list-style-type: none"> ● 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。 ● 顧客や営業先との接点を創出し、担当者と一緒に訪問、営業活動を実施。現在も稼働中。
<h2>副業・兼業プロ人材を採用した背景</h2> <ul style="list-style-type: none"> ● 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、<u>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</u>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<u>東京方面でのつながり形成を模索</u>していた。しかし、<u>マーケティングに関する知見が社内</u>に無く、施策の実現などが困難な状況であった。 	

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。

企業概要

製造業

- 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・兼業プロ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。

副業・兼業プロ人材活用方法

月額報酬：3万円

応募人数：32名 → 採用人数：1名

- **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、最初に現地に来ていただき、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。**

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。

企業概要

製造業

- 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・兼業プロ人材を採用した背景

- コロナ禍になり、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。
- 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をしようと考えた。

副業・兼業プロ人材活用方法

月額報酬：5万円

応募人数：6名 → 採用人数：1名

- 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。

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。

企業概要	副業・兼業プロ人材活用方法
<div data-bbox="76 414 267 471" style="border: 1px solid black; padding: 2px; margin-bottom: 5px;"> 遷移製造 </div> <ul style="list-style-type: none"> 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 	<div data-bbox="1108 414 2191 506" style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-bottom: 10px;"> 月額報酬：3万円 応募人数：16名 → 採用人数：2名 </div> <ul style="list-style-type: none"> 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。
<h3>副業・兼業プロ人材を採用した背景</h3> <ul style="list-style-type: none"> 既存事業の状況が芳しくなく、<u>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。</u> <u>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。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。</u> 	<ul style="list-style-type: none"> 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。

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。

企業概要	副業・兼業プロ人材活用方法
<div data-bbox="89 421 293 464" style="border: 1px solid black; padding: 2px;">食品加工業</div> <ul style="list-style-type: none"> ● 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。 	<div data-bbox="1133 435 1465 492" style="border: 1px solid black; padding: 2px;">時給：3,500円</div> <div data-bbox="1490 435 2178 492" style="border: 1px solid black; padding: 2px;">応募人数：29名 → 採用人数：1名</div> <ul style="list-style-type: none"> ● 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マッチング。 ● 業務開始に合わせて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。
<h3>副業・兼業プロ人材を採用した背景</h3> <ul style="list-style-type: none"> ● 自社商品のECサイトでの販売強化を目指していたが、<u>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。</u> ● 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<u>強化策構築や実践に限界</u>を感じていた。 	