

サービス業

×

マーケティング

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。

企業概要

サービス業

- 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・兼業プロ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しきれなかった。
- 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。

副業・兼業プロ人材活用方法

月額報酬：4万円

応募人数：25名 → 採用人数：1名

- 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。

サービス業

×

マーケティング

「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。

企業概要

サービス業

- 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・兼業プロ人材を採用した背景

- 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。

副業・兼業プロ人材活用方法

月額報酬：5万円

応募人数：38名 → 採用人数：2名

- 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。

サービス業

×

マーケティング

「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。

企業概要

サービス業

- 店舗オーナー向けの店舗アプリ作成サービスの運営。
- 他にもタクシー配車アプリ作成サービスを運営。

副業・兼業プロ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していくか、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。
- 自力実行しようとしたが、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、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、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。

副業・兼業プロ人材活用方法

月額報酬：3万円

応募人数：14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。

サービス業

×

マーケティング

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。

企業概要

サービス業

- 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・兼業プロ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。

副業・兼業プロ人材活用方法

月額報酬：3万円

応募人数：11名 → 採用人数：2名

- **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。**
- **その分野のプロと一緒にいるという心強さと、何かあった時にすぐ聞けるという安心感を感じた。**

サービス業

×

マーケティング

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。

企業概要

サービス業

- 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人以上の卒塾生を輩出。オンライン教室を全国展開中。

副業・兼業プロ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、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無かったものの、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。

副業・兼業プロ人材活用方法

月額報酬：3万円

応募人数：11名 → 採用人数：1名

- 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。

製造業

×

商品企画／販売戦略

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。

企業概要

製造業

- 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
- 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

副業・兼業プロ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。

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：2名

- 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。

製造業

×

認知拡大／販売強化

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。

製造業

×

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！

企業概要

製造業

- 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・兼業プロ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。

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

- 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。

製造業

×

営業戦略

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・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う副次的な効果が表れている。

製造業

×

販売促進

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

製造業

- どら焼きなどの和菓子や地元農産品の製造・販売。

副業・兼業プロ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。
- 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。

副業・兼業プロ人材活用方法

月額報酬：4万円

応募人数：11名 → 採用人数：1名

- 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。

製造業

×

マーケティング

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。

印刷業

×

販路拡大

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。

企業概要

印刷業

- 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・兼業プロ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。

副業・兼業プロ人材活用方法

月額報酬：5万円

応募人数：18名 → 採用人数：1名

- 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代の副業人材とマッチング。
- 漠然とWebマーケティングに取り組むことを決めていたが、それにより会社が何を指すのか、方向性を明確にすべきという気付きを得た。
- 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。
- オンラインミーティングを週1回実施。

水産業

×

マーケティング

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。

企業概要

水産業

- 約50年に渡り鮎養殖業を手掛け、蓄養から販売まで行う。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・兼業プロ人材を採用した背景

- 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。

副業・兼業プロ人材活用方法

月額報酬：3万円

応募人数：31名 → 採用人数：1名

- マッチング後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。

電気設備工事

×

マーケティング

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。

企業概要

電気設備工事

- 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・兼業プロ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。
- 金融機関には県が立ち上げた「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。

副業・兼業プロ人材活用方法

月額報酬：3万円

応募人数：20名 → 採用人数：1名

- 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ヶ月で立ち上げ完了。その後、オリジナル防災グッズの企画など、商品開発や商品選定についても副業人材に相談。
- 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の方や、SDGs企業認証制度の申請書類を作成していただけの方を採用。会社が変わり始めている。

小売業

×

マーケティング

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！

企業概要

小売業

- 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・大連に商社を設立。

副業・兼業プロ人材を採用した背景

- 2019年に設立した中国現地法人は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、市のレジヤ施設から、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、全国のレジヤランドなどに販売を拡大しようと考えた。
- 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。

副業・兼業プロ人材活用方法

月額報酬：3万円

応募人数：8名 → 採用人数：1名

- 大型レジヤ施設などターゲット顧客を200社余りリストアップ。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。
- 副業人材とマッチング後、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。

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。

企業概要	副業・兼業プロ人材活用方法
<div data-bbox="96 415 249 462" data-label="Section-Header">自治体</div> <ul style="list-style-type: none"> 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。 	<div data-bbox="1116 439 1454 482" data-label="Text">月額報酬：3万円</div> <div data-bbox="1488 439 2168 482" data-label="Text">応募人数：40名 → 採用人数：2名</div> <ul style="list-style-type: none"> 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、次年度の予算案に反映できた。
<div data-bbox="53 715 838 769" data-label="Section-Header">副業・兼業プロ人材を採用した背景</div> <ul style="list-style-type: none"> 限られた予算で成果を最大化するため、どういった企業をターゲットとするかなど、<u>企業誘致に向けた戦略作り</u>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、<u>県内企業のデジタル化</u>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。 	

自治体

×

マーケティング

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。

企業概要

自治体

- 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・兼業プロ人材を採用した背景

- 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。

副業・兼業プロ人材活用方法

月額報酬：10万円

応募人数：30名 → 採用人数：1名

- 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。