

サービス業

×

広報・PR

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。

企業概要

サービス業

- コワーキングスペースの運営。
- 多目的アートスペースの運営。
- 職住一体型の宿泊施設の運営。
- ワーケーションスポットの運営。

副業・兼業プロ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。
- 自治体から、地域課題について相談を受けていた。

副業・兼業プロ人材活用方法

月額報酬：3万円

応募人数：35名 → 採用人数：4名

- 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「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。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お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。

製造業

×

広報・PR／販売戦略

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

製造業

- ・ 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・兼業プロ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・兼業プロ人材活用方法

月額報酬：3万円

応募人数：37名 → 採用人数：2名

- 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。

製造業

×

販売戦略

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

食品加工業

- 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・兼業プロ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。
- 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。

副業・兼業プロ人材活用方法

時給：3,500円

応募人数：29名 → 採用人数：1名

- 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。

製造業

×

販売戦略

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

遷移製造

- 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・兼業プロ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の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。
- 2014年よりブログやSNSでの情報発信を行っていた。その発信を広げ、従来の顧客層以外のところ（特に異業種）へ向けて認知拡大を図りたいと考えていた。
- 新しい取り組みでリスクもあるため、まずはコストを抑えてスタートしたいと考えた。

副業・兼業プロ人材活用方法

月額報酬：3万円

応募人数：16名 → 採用人数：2名

- 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。