



経済産業省
近畿経済産業局

関西企業フロントラインNEXT Vol.23

～副業・兼業人材を活用するという選択肢～

令和3年11月24日

近畿経済産業局
総務企画部
中小企業政策調査課
2025NEXT関西企画室



はじめに

皆様は、「副業・兼業人材」と聞いて、どのような人たちを想像しますか？

少ない収入を補うためや小遣い稼ぎとして、本業の後に行う「アルバイト」というイメージではないでしょうか？

2018年、多くの大企業を中心に副業・兼業が解禁され、知識やスキルを持った人材が社外で活躍できるようになり、これまでの「副業・兼業人材」の持つ意味が一新されました。

一方、中小企業では、新事業・新商品開発、新たな販売チャネルの獲得、IT・DX（デジタル・トランスフォーメーション）化、事業承継等の様々な経営課題について、社内に対応できる人材を確保しているケースは少なく、専門人材の確保が急務でした。

そこで、最近特に注目されているのが「**副業・兼業人材の活用**」です。2020年、奇しくもコロナ禍により、WEB会議システムが大企業だけではなく、全国の中小企業にまで浸透したことから、専門人材が距離というハードルを越えて、全国で副業・兼業を行うことができる体制が整いました。

今回の「関西企業フロントラインNEXT」では、中小企業における課題解決のために、副業・兼業人材を活用している事例に着目し、副業・兼業人材が果たす役割や効果、活用する際の留意点等について考察しました。

目次

はじめに

第1章 副業・兼業に対する認知と意識

第2章 活用企業事例と活用後の意識変化

第3章 副業・兼業人材を活用する企業の利点と留意点

第4章 支援事業者の取組

第5章 これからの「副業・兼業人材」を活用するという選択肢

おわりに

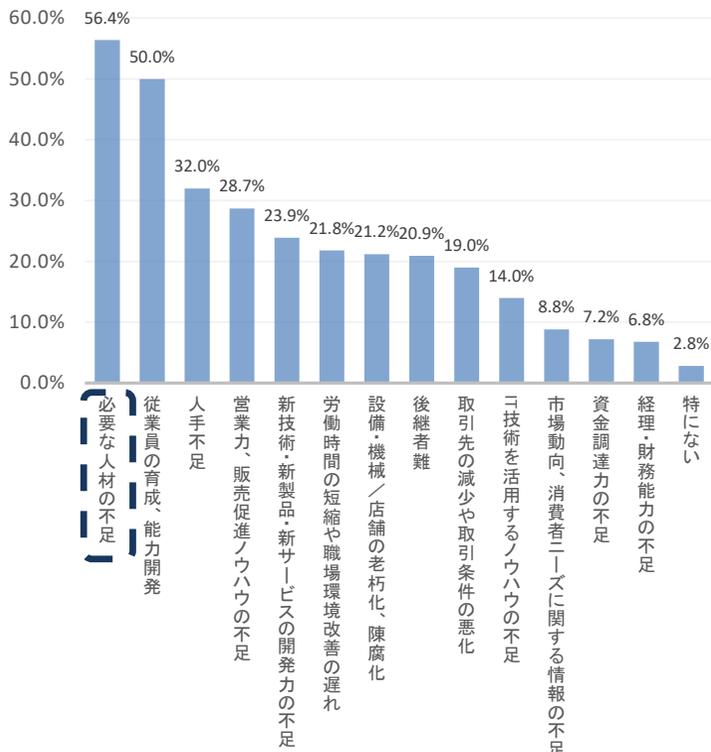
第1章 副業・兼業に対する認知と意識

1-1. 課題に対する新たな選択肢

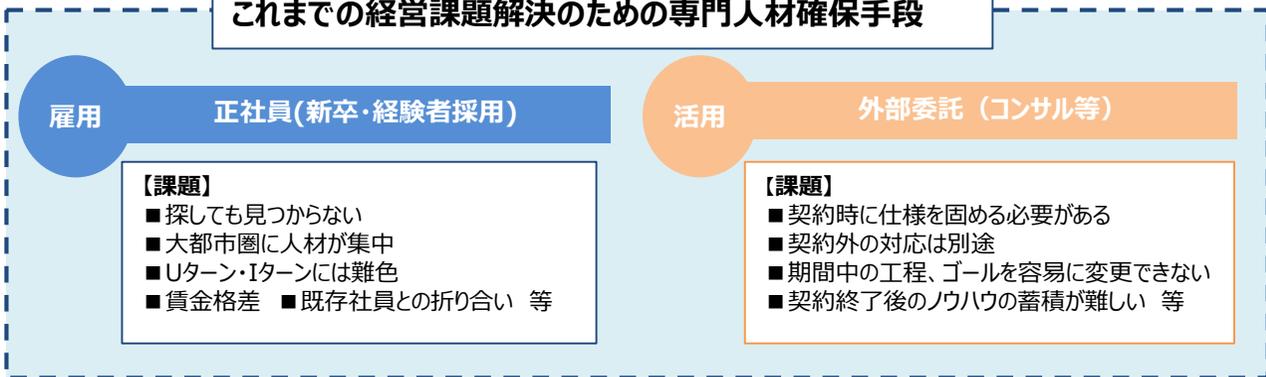
中小企業の経営課題として、専門知識を有する「専門人材」が不足していることがあげられます。これまで、中小企業は専門人材不足に対して正社員としての採用や、コンサルタント、外部委託で対応しようとしてきましたが、いずれも課題がありました。（下図参照）

しかし最近、コロナ禍によるリモートワークの進展や大企業による副業の解禁等が、大企業の従業員やフリーランス等の労働者の働き方に新たな選択肢をもたらしたため、「**副業・兼業人材の活用**」が注目されています。

中小企業における経営課題

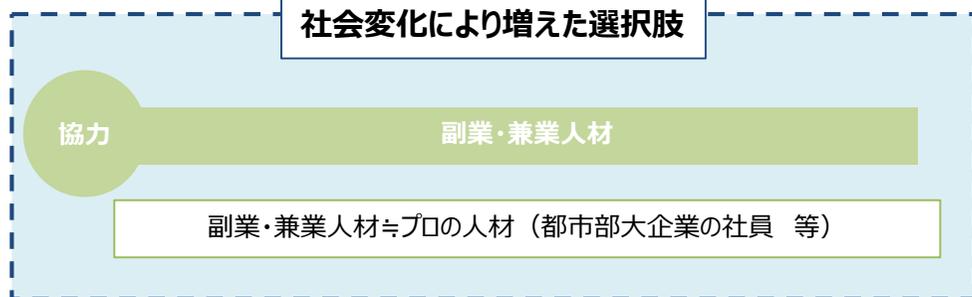


これまでの経営課題解決のための専門人材確保手段



「大手企業による副業解禁」「リモートワークの普及」
 「就労形態に対する意識の柔軟化」「働く場所の多様化」

社会変化により増えた選択肢



1-2. 副業・兼業人材の活用という選択肢に対する認知の現状

各道府県が運営するプロフェッショナル人材戦略拠点（内閣府事業）や中小企業と副業・兼業人材をマッチングする民間支援事業者（以下、「支援事業者」という。）へのヒアリングを進めていくと、支援事業者からは「**副業・兼業人材を活用している、あるいは認知している中小企業はまだ一部に留まる。都市部の大企業就業者等による副業・兼業希望者は増加する一方、受け皿となる側にまだ十分な認知がなされていない**」ことが浮き彫りになってきました。

【支援事業者の声から】

- ・2～3年前から、大企業の人材における副業が広がり始めたが、**副業したい人材の登録数に対して、受け入れたいという企業が少ない。**
- ・副業・兼業のマッチングビジネス※は、転職におけるマッチング報酬よりも比較的安価となるため、人手があまりかからないプラットフォーム型※※のマッチングビジネスが広がっている。**多くの中小企業経営者は、副業・兼業人材がどのような人材で、どのような活動をしてくれるのか理解出来ておらず、また理解していたとしても、WEB上のプラットフォームに入力するなどの手間が障壁となり、うまくいっていない。**
- ・年配の経営者には、「副業」という言葉を理解してもらえない。副業はちょっとした小遣い稼ぎとされている。
- ・令和2年になって初めて副業・兼業マッチングに取り組み始めたところであり、**まだまだ件数は上がっていない。**
- ・中小企業は、**昨年の後半ごろから、やっと副業・兼業の良さに気付き始めた**と感じている。
- ・令和3年度に副業・兼業に関するWEBセミナーを2回開催したが、成功企業の新聞記事、メディア、メーリングリスト等に対する反応は鈍く、金融機関からの**直接紹介による参加に頼っている**状態。

※マッチングにかかる手数料（例）

副業・兼業人材のマッチング事業：月額数万円～

有料職業紹介事業：理論年収の30～40%

理論年収 = 月額給与12ヶ月分 + 諸手当 + 報奨金や一時金

（例）理論年収800万円×30% = 240万円

※※プラットフォーム

企業と副業・兼業人材が、仕事の募集、申込、契約締結までを直接行うことができるWEB上に展開されるプラットフォームサービス

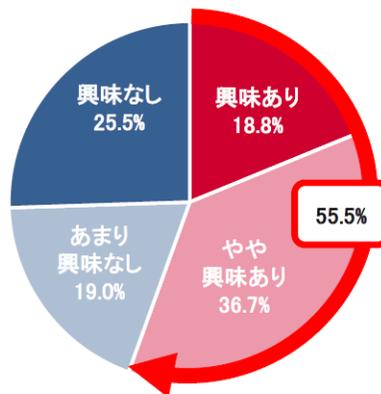
1-3. 都市部の大企業就業者の副業に対する意識

中小企業ではまだまだ認知が少ない副業ですが、副業する側である人材（首都圏で勤務する大企業就業者）の意識には変化が起こっています。

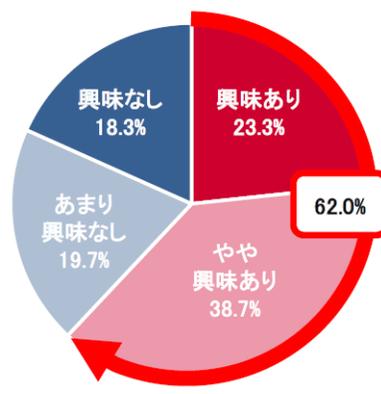
調査からは、35歳以上の全世代において**半数以上が副業に興味を示しており**、また**副収入以外を目的（61.5%）**としていることも特徴として表れることとなりました。

Q.地方中小企業での月に1~3回程度の副業に興味はありますか？

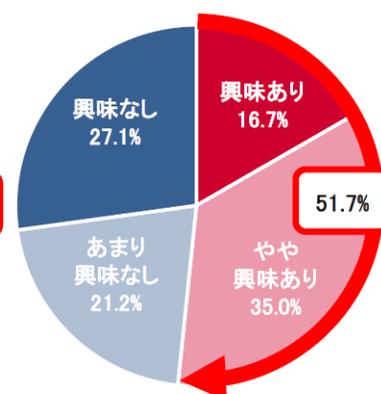
●「興味あり」「やや興味あり」の合計(興味層)は56.8%。
45~54歳世代の興味関心が最も高く62.0%となり、昨年より4.8%増加している。



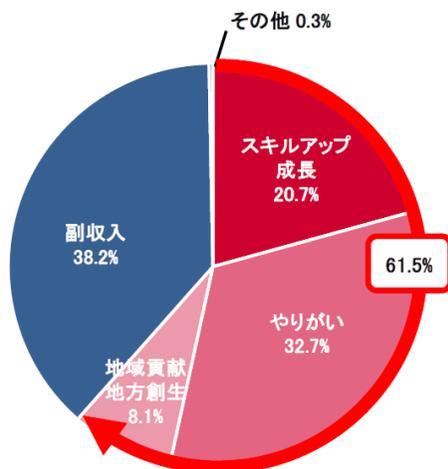
35~44歳



45~54歳



55~65歳



Q.地方の中小企業での副業に興味があるのはなぜですか？

●「副収入」38.2%のお金以外の目的の合計は61.5%で、具体的には「地方中小企業を支援することでやりがい」が32.7%、「スキルアップ、成長」が20.7%、「地方貢献・地方創生」が8.1%となっている。

1-4. 副業・兼業人材の活用における課題

多くの中小企業では、「副業・兼業人材の活用」を言葉としては認知しているものの、自社での具体的な活用のイメージができていないと考えられます。

「副業・兼業人材の活用」を認知している企業でも、副業・兼業人材の受け入れ上の課題として、「管理の煩雑さ」や「秘密保持の懸念」、「費用対効果が不明瞭」等があげられています。

また、企業規模が小さいほど、「副業・兼業に適した業務がない」、「指揮命令や企業秩序に対する懸念」などの課題があげられています。

副業・兼業人材の受け入れに関する課題（地方の企業、従業員規模別）

	従業員数 49人以下	従業員数 50人以上 99人以下	従業員数 100人以上 199人以下	従業員数 200人以上 299人以下	従業員数 300人以上
n=	91	100	86	34	49
法務管理上の問題(労働時間、給与管理等)	41.8%	42.0%	47.7%	44.1%	57.1%
事務管理が煩雑になる(労務管理等)	40.7%	43.0%	39.5%	44.1%	44.9%
業務上の秘密を保持できるか不安	28.6%	30.0%	27.9%	29.4%	22.4%
費用対効果が不明	33.0%	28.0%	24.4%	23.5%	28.6%
兼業・副業に適した業務がない	19.8%	15.0%	12.8%	11.8%	6.1%
業務が曖昧で切り出しができない	18.7%	14.0%	16.3%	8.8%	28.6%
指揮命令に支障がある	18.7%	21.0%	12.8%	14.7%	12.2%
社外の人間で企業秩序を乱す懸念がある	28.6%	19.0%	22.1%	23.5%	14.3%
人材の質に不安がある・どのように探したら良いかわからない	4.4%	4.0%	5.8%	2.9%	0.0%
相談する相手がいない	13.2%	10.0%	5.8%	8.8%	8.2%
特に課題はない	1.1%	5.0%	3.5%	0.0%	2.0%
その他	1.1%	5.0%	3.5%	0.0%	2.0%

(出所) 経済産業省 第4回 スマートかつ強靱な地域経済社会の実現に向けた研究会
資料2 ウィズ・ポストコロナ時代における地域経済産業政策の検討（人材）
「地域未来牽引企業での兼業・副業人材受入の課題（地域未来牽引企業アンケート、2021年3月実施）」より

第2章 活用企業事例と活用後の意識変化

2-1. 活用企業事例と活用後の意識変化

本章では、実際に副業・兼業人材の活用を行っている中小企業の事例を取り上げます。

副業・兼業マッチングプラットフォームを運営する企業の成約実績からは、課題解決のための副業・兼業人材活用策として「**デジタル化業務**」（成約件数の約60%）に親和性の高さが表れています。

また、「デジタル化業務」で副業・兼業人材を活用した後、新たな課題に対して、再度副業・兼業人材活用を行った事例もありました。

ここでは、当初期待していた効果（課題解決、業務改善等）以外に、活用を通して生まれた意識変化に着目しています。



(出所) 経済産業省 第4回 スマートかつ強靱な地域経済社会の実現に向けた研究会
資料3 地方・中小企業における副業人材活用の実態と今後の拡大に向けて必要なこと (JOINS(株)) より

2-1-1. 活用企業事例と活用後の意識変化

萩原珈琲株式会社【珈琲豆焙煎卸売】 × 大手IT企業ウェブ marketer 【30代】



創業90年以上続く老舗ブランド。鮮度にこだわる萩原珈琲の豆を使った喫茶店では、どこでも間違いなく美味しいコーヒーが飲めると評判。100%炭火焙煎は冷めても味の変化が少なく、いつまでも美味しさが続く職人技。

【動機】

人口減少を見据え、「技術」「伝統」「歴史」ある老舗の信頼とブランドイメージを守りつつ、関西圏のみならず、首都圏での認知度向上と、新たな販路開拓、シェアの向上を目指すため、一般消費者に向けた既存のECサイトをさらに発展させたい。また、個人消費と喫茶店需要の両立を目指すべく、ECサイトの個人消費を喫茶店利用への動機に転換できる仕組みに繋げたい。

【なぜ副業・兼業人材】

- ・社内にウェブマーケティングやデジタル戦略を担う人材おらず、ノウハウもなかった。
- ・日頃から地域貢献事業で神戸市と連携しており、副業・兼業人材活用を提案・紹介される。

【人材活用の際の事前準備】

- ・プロジェクトメンバーは、当社の営業職やデザイナー、総務担当者と副業・兼業人材の4人。
- ・受入れ前に社内で課題を列挙し、自社で行う部分と副業・兼業人材に依頼する部分を明確に切り分ける。
- ・副業・兼業人材あてに自社商品(豆)全種類を送り、それぞれの特徴を一つ一つ余すことなく説明書きを添え、商品を理解してもらう。

【副業・兼業人材との協業】

- ・ECの方向性や内容は自社で考え、副業・兼業人材がデータを分析、両者で課題の洗い出しを実施。
- ・現状と目指すべきゴールに基づきロードマップを策定。課題ステージごとに検証し、そこに至るまでの手段を整理。
- ・ECサイトの数十カ所に渡る修正とマイナーチェンジを重ね、四半期毎に異なる指標のデータを抽出し、ECサイトを改善。

【直接的効果】

- ・ECサイト改良の結果、カート落ちが解消されリピーター訪問率が2.5倍に増加。
- ・お試し商品の充実の効果から、新規注文数、リピーター注文数、注文総数が倍増し、売上高及び販売量は約1.3倍に増加。
- ・全国の取引先喫茶店の理解のもと、本格的に当社の珈琲を味わえる近くの店舗一覧として自社のHPに掲載することにより、消費者と喫茶店を繋ぐプラットフォームの役割を果たす。
- ・自社社員のスキルアップと、ECサイトの自走システムが確立。

【副次的効果】

- ・個々の自社製品の特長を言語化することにより、自社社員が製品の良さを再認識。
- ・明確に実績が出る様を見て、社員の企画開発へのモチベーションがアップ。
- ・社員にウェブ分析力が付き、EC販売で学んだPDCAサイクルを新規顧客の獲得や、他の部門にも活用。
- ・現場からアイデア提案などボトムアップの決定事業が増加。

2-1-2. 活用企業事例と活用後の意識変化

イデオ株式会社【日傘販売】 × 大手広告代理店プロジェクトリーダー【50代】



創業当初よりオリジナル製品を手掛け、「女優日傘」をメインにブランド展開。日傘への刺繍デザインだけではなく、ウレタンコーティングを二重張りする「かわず張り」製法の機能性（太陽光と暑さをシャットアウト）にも特徴がある。

【動機】

テレビ通販専門チャンネルでは1時間に数千本の売り上げを記録する等、日傘の業界では一定の知名度を有しているが、大手ECサイトにおける日傘部門ではシェアTOPに到達できず。ECサイトのビジュアルを見直し、1ランク上を目指したい。

【なぜ副業・兼業人材】

- ・2～3年間、社内だけで検討したが良い方策が浮かばず。
- ・京都府プロフェッショナル人材戦略拠点から副業・兼業人材活用を提案・紹介される。
- ・初回面談時、同社のHP等を見た上での提案書が社長の考えとマッチした。

【人材活用に際しての事前準備】

- ・外注と副業・兼業の違いを念頭に置きつつ、1プロジェクト(4ヶ月間)として推進することを決定。
- ・副業・兼業人材には、メイン商材のコンセプト・サイト作りのプロジェクトリーダーのポストを用意。
- ・副業・兼業人材には、ルーティン業務を任せるのではなく、アイデア・ひらめきを求めることを徹底した。

【副業・兼業人材との協業】

- ・「なぜもっと京都に特化しないのか」「お客様目線で何をどのように訴求するのか」といった自社にはなかった首都圏の人から見る京都(らしさ)を全面に出したECサイトづくり。
- ・商材の写真については、プロジェクトリーダーである副業・兼業人材が総監修を行い、モデル撮影等も立ち会いを実施。商材の並べ方まで指導を受ける。

【直接的効果】

- ・ECサイトのリニューアルにより転換率(ECサイトにアクセスした人達の中で商品購入に至った割合)が改善。毎年冬場に落ち込む転換率も上昇し、売上増加に繋がった。

【副次的効果】

- ・副業・兼業人材は首都圏からプロジェクトに参加しており、首都圏の人から見る京都のイメージを発見。
- ・ECサイトの更なる可能性に気付き、副業・兼業人材活用後においても、京都らしさにこだわったECサイトを自社の人員でさらに改善。今後は、自社のECサイトにVR機能を実装させて、バーチャルショップの展開を進める。
- ・京都でEC販促をめざす事業者を集めた「VRモール京都」の立ち上げを検討。VR撮影したバーチャル店舗を作り出し、リアル店舗に近いイメージでネット通販が楽しめる仕組みを作る。コロナ禍で苦しんでいる事業者をEC・VRといった技術により支援し、地域貢献を目指す。

2-1-3. 活用企業事例と活用後の意識変化

株式会社玉屋 【食品包装資材企画販売】 × ウェブディレクター 【40代】



100年の歴史を持つ包装資材の企画販売会社。食品や日用品のパッケージデザインから製造・印刷まで一環した総合プロデュースを行う。同社が手がけた商品は身の回りに多数。

【動機】

- ・現在、売上の8割を支える主力製品はお茶関連の包装資材。他業種への販路拡大を目指し、知名度向上を目的に展示会等へ積極的に参加。
- ・お茶業界では抜群の知名度を誇る同社だが、商品に社名が印字されるわけでもなく、名刺交換をしても自社サイトが検索でヒットせず、商談の機会は立ち消えになっていた。

【なぜ副業・兼業人材】

- ・ウェブサイトの再構築を目指すも大手では費用が高く、自社で専門の正社員・派遣社員の募集をするも、経費ばかりかかって2年経っても採用できなかった。
- ・京都府プロフェッショナル人材戦略拠点に相談し、副業・兼業人材活用を提案・紹介される。

【人材活用の際の事前準備】

- ・当時のウェブサイトは、1つのページで全てを網羅しようとしていたため内容が伝わらない、またウェブサイトのパッケージソフトを使って作ってみても、当社が持つイメージと違うなど、自社サイトの問題点をあらかじめ把握。
- ・社内担当者にも責任を持たせるため、副業・兼業人材からのアドバイスを元に人選した、社内4名と副業・兼業人材からなる専門チームを組成。
- ・副業・兼業人材には、商品知識だけではなく、同社の業務ロジックについてレクチャーを実施した。

【副業・兼業人材との協業】

- ・ウェブサイトの目的は注文もさることながら、新しい顧客を見つける入口ツールであるとの意識付け。
- ・毎週1時間、ウェブ会議実施。1週間単位で成果や課題をこまめに報告し、副業・兼業人材からはその都度検証とアドバイスを受ける。

【直接的効果】

- ・B to B営業に繋がるデザイン性の高いウェブサイトを構築。
- ・以前は新しいサイトの更新に1年近く要していたが、コーポレートサイトの更新を皮切りに、ECサイトや各種ページまでスピーディーなリニューアルが実現。
- ・ウェブ戦略の確立と、スタッフのスキルが向上し、ウェブを自社で運営することが可能となった。

【副次的効果】

- ・ウェブ会議に対する意識改革や社員自らがPDCAを回せるようになった。
- ・リモートワークやウェブ会議の環境を整えることにより、優秀な人材(特にデザイナー)の採用や確保に繋がるなど、いろいろな働き方について考えられるようになった。
- ・自社で監督できないような専門的なプロジェクト、またスポット的な業務には、予算化もしやすい外部の専門人材を活用することの有効性に気付き、採用の選択肢が広がった。

2-1-4. 活用企業事例と活用後の意識変化

株式会社BTO【自動車向けコーティング剤製造】 × ウェブメーカー【30代】



自社で開発した新車向けコーティング剤やメンテナンスキットを自動車メーカー・ディーラー向けに展開。年間5~10の新商品を開発。
自動車向け商品を応用し、関連会社では太陽光パネル向けに特化した洗浄剤も複数展開。

【動機】

老舗自動車整備機器商社と新たな商流開拓の一環として、大手ECサイトでの当社商品のテスト販売を開始。5年間販売を行ったものの、売れる商品は1アイテムのみ。1アイテムだけではなく、周辺商品の販売拡大を目指し、社内メンバーのみでプロジェクトを立ち上げ取組みを実施。しかし、半年間取り組むもうまくいかず、プロジェクトは棚上げ状態になっていた。

【なぜ副業・兼業人材】

- ・社内にECサイトでの商品販売についてのノウハウはなかった。
- ・大阪府プロフェッショナル人材戦略拠点から副業・兼業人材活用を提案・紹介される。

【人材活用の際の事前準備】

- ・副業・兼業人材の募集に際し、自社で求める人材を適確に要件化できなかったため、当社の課題・人材のニーズを第三者(支援事業者)からの目線で整理し、要件化(言語化)してもらった。
- ・元々編成されていたが、棚上げとなっていたプロジェクトに副業・兼業人材を加え、活動を再開。

【副業・兼業人材との協業】

- ・副業・兼業人材は自動車向け商品販売の取扱経験は無かったが、大手ECサイトにおける商品販売戦略の実績があり、その手法を応用。
- ・週1回、WEB会議。四半期に1回は来社してもらい、リアルでの会議を実施。来社時には副業・兼業人材も一緒に商品撮影に参加。商品撮影はWEB会議ではニュアンスが伝わらず、リアル会議が有効だった。
- ・実施したい目的だけを説明し、考えることは副業・兼業人材が担当。

【直接的効果】

- ・大手ECサイトにおいて、特定商品だけではなく、周辺の商品も販売が増加し始める。現状は土台作りの段階のため、今後更なる拡大を検討。

【副次的効果】

- ・副業・兼業人材活用からChatwork(業務用チャットツール)を利用開始。副業・兼業人材と組織を越えてタイムリーなコミュニケーション体制を構築。また、社内情報には一定の制限を設け安全性は確保しつつ、VPN接続(インターネット上に仮想的な専用網を設置し、安全にデータをやり取りする通信方式)も利用開始し、副業・兼業人材へ社内の情報を適切に開示し、共有を行うなど、社内のITリテラシーが向上した。
- ・副業・兼業人材活用の当初の目的は、大手ECサイトでの売上向上だけであり、目的は達成。しかし、当初の目的を取り組む中で、当社のHP刷新も必要という新たな課題が出てきたため、副業・兼業人材との契約を延長して新たな目的に向かって取組を開始。

2-1-5. 活用企業事例と活用後の意識変化

福井精機工業株式会社【射出成形用金型製造】 × マーケティング戦略人材【40代】



ベアリングの樹脂リテーナー、電動パワステやアイドルリングストップ機構等「回転する丸い樹脂部品」を得意とする射出成形用金型メーカー。新たに開発した新素材CiBsの認知度の向上と実用化に向けて、試作パートナー等を募集中。

【動機】

- ・超高分子量ポリエチレンに潤滑油を混ぜ込み成形した**新素材CiBsを開発**。
- ・同社の特殊技術で潤滑油を部品にして組み込む事で、摩擦時に表面から自動的に少量の潤滑油が染み出し、メンテナンスの回数や時間の大幅削減や、完全自動化も可能。
- ・混合する油は種類を選ばず(工業用から食品用など)、生産ライン、産業ロボット、医療機器や人工関節、食品、果ては宇宙開発まで可能性が広がる用途。
- ・**多岐に渡る分野にチャンス**を求めていきたい。

【なぜ副業・兼業人材】

- ・マーケティングに長けた**即戦力となる人材**が欲しい。
- ・大阪府プロフェッショナル人材戦略拠点から副業・兼業人材活用制度を紹介される。

【人材活用の際しての事前準備】

- ・当社の社長・技術担当・技術顧問と副業・兼業人材の4人でプロジェクトを立上げ。
- ・企業がまず幹を作り、枝を副業・兼業人材に助けてもらう。
どういう意図を持って依頼するのか副業人材にしっかりと伝えることを意識した。
- ・主導権はあくまでも自社であり、副業・兼業人材の役割は企業の困り事をフォローすること。そのため、自社に足りないものは何かを事前に明確にした。

【副業・兼業人材との協業】

- ・月2回、副業・兼業人材が当社を訪問し、毎回1時間の打ち合わせを実施。
- ・副業・兼業人材の即戦力かつスピード感を有する一方、成果を急ぎすぎずゆとりを持ちながら取組を進めている。
- ・アイデアは雑談の中から出ることから、副業・兼業人材と社員が一緒になって考えている。

【直接的効果】

- ・無駄な時間をかけずに、副業・兼業人材が持つノウハウや、海外や自治体、学識者等とのコネクションを有効に活用できるようになり、ピンポイントで攻める営業が可能になった。
- ・CiBs専用サイトを作成し、CiBsを利用してどのようなことができるのか、わかりやすく可視化したミニ実験を載せるなど技術の魅せ方を随時工夫している。

【副次的効果】

- ・今まで現場だけの視野で仕事をしていた社員が、プロセスを意識するようになり、自ずと現場の強みを再認識できるようになった。
- ・これまで社長だけで作成していた知的資産経営報告書を社員全員で作成するようになった。
- ・社内の課題を全員で共有するようになり、社員の論理的思考の醸成と提案力が身に付いた。
- ・社内だけでは解決できない課題には、別の副業・兼業人材を再度活用予定。

2-1-6. 活用企業事例と活用後の意識変化

ハートフードクリエイツ株式会社【食の総合プロデュース】 × デザイナー【30代】



元高級ホテルのソムリエが2011年に起業。全世代の人々が美味しく健康に楽しめる食の提供を目指し、給食・外食・スイーツ・コンサル事業を展開。幼児たちへの心のこもった手作りとした楽しさあふれる外食要素を取り入れた魅力的な給食は、園や保護者の満足度大。安全で美味しい野菜を自産するため、淡路島で自社ファームをスタート。

【動機】

- ・ホームページやECサイト等を社長自ら手がけていたが、結果も出ず、どうしても本業の後回しになってしまう。
- ・食の現場が主戦場のため、社員の9割が管理栄養士や調理師のため、総務部門の人材教育が行き届かない。

【なぜ副業・兼業人材】

- ・発信力のあるウェブサイト構築するデザイン力と、総務人材の教育もできる人の力を借りたい。
- ・事務所が入居する神戸市産業振興センターから副業・兼業人材活用を紹介される。

【人材活用の際の事前準備】

- ・従業員から希望者を募り、10名のプロジェクトチームを発足。
- ・副業・兼業人材の面接に社員も一緒に参加。

【副業・兼業人材との協業】

- ・副業・兼業人材には、オンラインミーティングの他にも、各現場に足を運んでもらい、当社の事業、成り立ち、風土などの理解を深めてもらった。
- ・副業・兼業人材は、各部門の社員とディスカッションを重ね文章化し、ファシリテートしながら一緒にホームページ画面を創り込んでいった。
- ・単なる画面のデザインではなく、企業そのものを理解したデザイン経営の観点を重視。
- ・プロジェクトを進める中で、副業・兼業人材は社員に対し厳しいことも言ってくれた。また、社員が社長には直接言いづらいことも副業・兼業人材とは忌憚なく相談でき、人材側からも外部目線でアドバイスできるフラットな関係性を構築。

【直接的効果】

- ・ウェブサイトの大幅な改良により、アクセス数が格段に増加。
- ・副業・兼業人材とのプロジェクト後も自走できるように、ノウハウを共有しながらウェブサイトを作成。社員のウェブサイト構築力の向上など、自走できる仕組み作りを確立。

【副次的効果】

- ・これまでのテンプレートにはめたような研修は社員に響かなかったが、副業・兼業人材の活用は意図せずとも自然に社内研修の役割を果たした。
- ・以前は新事業などは社長のトップダウンで決定していたが、副業・兼業人材の活用をきっかけに社員への権限委譲が進み、ボトムアップ体制に移行したことで、社員の積極性と企画提案力が格段に向上。
- ・社員が100名を超え、会社の理念が末端まで浸透していないという新たな課題が発生。環境・条件が違う現場でもしっかり添える、現場毎の想いが詰まった理念指標を社員と共に作成するというプロジェクトに副業・兼業人材を再度活用(兵庫県プロ人材拠点から大手製造メーカー2名(50代)の紹介を受ける)。年内のゴールに向かい、伴走してもらいながら社員で作成中。

第3章 副業・兼業人材を活用する企業の利点と留意点

3-1-1. 副業・兼業人材を活用する企業の利点

活用企業・支援事業者に対するヒアリングを通して、副業・兼業人材の活用は課題解決の一手段として有効に機能する可能性が示唆されたことから、改めて中小企業が「副業・兼業人材を活用する」ことによる利点を、本章において整理します。

活用に「際する」利点

- ①能力ある人材を全国から活用
- ②迅速なマッチング
- ③プロジェクト単位での活用
- ④ミスマッチ予防のお試し期間
- ⑤労務管理が不要

副業・兼業人材を活用する選択

活用を「通した」利点

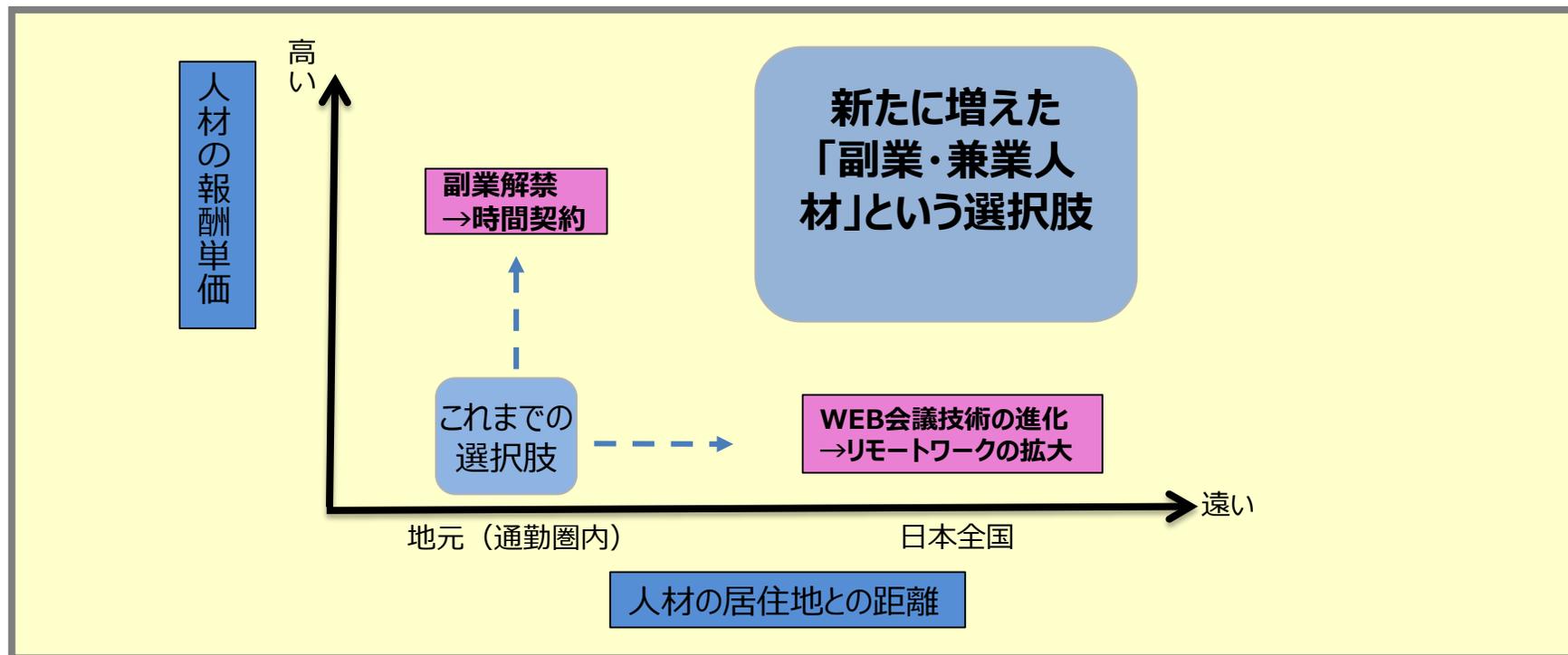
- ⑥ノウハウの定着
- ⑦能動力の向上
- ⑧自前主義からの脱却

3-1-2. 副業・兼業人材を活用する企業の利点（活用に際する利点）

①能力ある人材を全国から活用

大企業による副業解禁や、新型コロナウイルスまん延に伴うリモートワーク、WEB会議システムが急速に浸透したことにより、**専門性のある人材の余剰時間と能力が開放**されることとなった。

企業と副業・兼業人材が、業務委託の仕事の募集から、契約締結までを直接行うことができる**WEB上で展開されるプラットフォームサービス**、また支援事業者が有する**全国の副業・兼業人材のデータベースが整備**されてきたことから、「**全国の能力のある人材**」と「**副業・兼業ニーズを持つ全国の中小企業**」を繋ぎ合わせる可能性が大きく進展し、**副業・兼業人材の活用が広がった**。



引用：経済産業省 第4回 スマートかつ強靱な地域経済社会の実現に向けた研究会

資料3 地方・中小企業における副業人材活用の実態と今後の拡大に向けて必要なこと（JOINS(株)）の一部資料を編集加工（上図）

②（通常の採用活動に比べて）迅速なマッチング

現在、副業・兼業人材は増加傾向にあり、「副業・兼業案件 < 副業・兼業人材」という状態。通常の採用（雇用）とは異なるため、求めている人材を**スピード感を持って採用（業務委託）**することが可能。

③プロジェクト単位での活用

副業・兼業人材は、企業の課題解決に**ピンポイントで活用が可能**。プロジェクトが完結すれば、副業・兼業人材の業務は終了する。

④ミスマッチ予防のお試し期間

副業・兼業人材との契約は、月単位が主流。万が一、「当初のイメージと違う」といった人材のミスマッチが起こったとしても、**短期間での契約解除が可能**。よって、正社員の採用と違い、積極果敢に副業・兼業人材活用にトライすることが可能となる。

⑤労務管理が不要

業務委託契約で働く個人は、労働者ではなく自営業者であるため、労働基準法・職業安定法の対象ではない。
業務委託契約を締結する個人とは、**社会保険や労働時間管理義務は不要**となり、企業としてのリスクは低く、雇い主としての義務は大きくない。

ただし、副業・兼業であっても「雇用契約」となる場合は、社会保険や労働時間管理義務が必要となりますので、注意が必要です。

雇い主の義務		雇用契約	業務委託契約
保険加入義務	厚生年金保険	必要	不要
	健康保険	必要	不要
	雇用保険	必要	不要
	介護保険	必要	不要
	労災保険	必要	不要
労働契約遵守	労働時間管理	残業時間管理 割増賃金支払	不要 (※)

※過労等により業務に支障を来さないようにする観点から、その者からの申告等により就業時間を把握すること等を通じて、就業時間が長時間にならないよう配慮することが望ましい。

3-1-3. 副業・兼業人材を活用する企業の利点（活用を通じた利点）

⑥ 自社の社員だけでPDCAが実施できる仕組みの定着（ノウハウの定着）

副業・兼業人材のコーチングのもとで社員が副業・兼業人材とPDCAを繰り返すことでノウハウを修得し、これまで社長主導で行われていたPDCAが、社員だけでも実施できる仕組みが定着する。

⑦ 現場からのアイデアが増加（能動力の向上）

中小企業においては、トップダウンで物事を進めることが多いが、副業・兼業人材が毎週社員に課題を与えることで、**現場の社員自身で考える習慣が定着する**。社員自身が考えることで、現場からの様々なアイデア提案につながり、社員への権限移譲やボトムアップの体制が構築される。

⑧ ジョブの切り出しの常態化（自前主義からの脱却）

課題は、「全て自社で解決しなければならない」と考えていた中小企業が、課題をプロジェクト化し副業・兼業人材に任せることで、解決できることがある。こうした成功体験から、課題に対しては、社内人材だけで解決することにこだわらず、**社内にはない、必要な部分には副業・兼業人材の力を利用する**という概念が生まれ、課題となる業務の切り出しが行われるようになる。

3-2. 中小企業が副業・兼業人材を受け入れる際の留意点

活用企業・支援事業者に対するヒアリングを通して、副業・兼業人材を受け入れる企業の留意点としては、**企業が事前に準備すべきポイント**と、**受入後に心がけるべきポイント**に大別されました。

以下、各ポイントについてご説明します。

受け入れる前

- ①「副業・兼業人材」が解決する課題の明確化
- ②喫緊の課題には不向き
- ③ジョブ（業務）の切り出し
- ④権限範囲の明確化
- ⑤副業・兼業人材の扱いに対する意識

副業・兼業人材の受け入れ

受け入れてから

- ⑥課題解決に向けた柔軟な対応
- ⑦短いサイクルでのP D C Aを回すチーム組成
- ⑧副業・兼業人材と共に活動する社内人材
- ⑨副業・兼業人材の指摘を受け入れるマインドセット

3-2-1. 中小企業が副業・兼業人材を受け入れる際の留意点 <受け入れる前>

①「副業・兼業人材」が解決する課題の明確化

中小企業が副業・兼業人材に解決して欲しいと思っている課題は、副業・兼業人材や支援事業者のような**第三者から見ればそこが本質的な課題ではなく、実は別のところに問題点があることが少なくない**。実際に副業・兼業人材を探す前に、第三者（支援事業者）等からの目線で、課題の整理を行うことが有効。

②喫緊の課題には不向き

緊急度が高い日常業務のコア部分は正社員が行い、中小企業が長年棚上げしていた、緊急度は低いが将来的に解決したい課題について、副業・兼業人材と一緒に取り組むことが円滑な業務運営に繋がる。

③ジョブ（業務）の切り出し

副業・兼業人材に業務の一端を担ってもらうにあたって、**既存の業務を可能な限り単位化し、どの業務をお願いするのか、どこまでの情報を共有する必要があるのかを明確にし、ジョブの切り出しを行う**。切り出したジョブに対しては、副業・兼業人材と社内の人材を含めたプロジェクトとして活動できる体制を整えることが重要。

④権限範囲の明確化

副業・兼業人材が既存社員と同じように社内の一員として活躍するためには、社内の情報を副業・兼業人材へ適切に開示することが必要である。しかし、開示に不適切なものも存在することから、副業・兼業人材が社内の情報にどこまでリーチ出来るのか、また権限外の情報が必要となった場合のフォロー体制を整えておくことが社内管理上も重要。

⑤副業・兼業人材の扱いに対する意識

副業・兼業人材も「社員の1人」という意識が円滑な業務遂行やモチベーションとなり、既存社員との協働、契約終了後のノウハウ継承に大きく寄与することから、中小企業は、副業・兼業人材とゴールを設定し、その**ゴールに向かって「共に考え」「共に悩み」「共に行動」する、1人の社員として迎え入れることが重要**。

3-2-2. 中小企業が副業・兼業人材を受け入れる際の留意点 <受け入れてから>

⑥課題解決に向けた柔軟な対応

中小企業は、副業・兼業人材に対し、決まった工程を提示するのではなく、**社員と副業・兼業人材が共に工程を考え、チームとしてゴールを目指す**必要がある。また、取組の状況に応じて、臨機応変に工程を修正することも重要であり、場合によっては目指すべきゴールを変更するといった柔軟性（準委任契約）を持つことも必要である。こうした変化・変更が、意図した効果のみならず、副次的効果を生み出すこともある。

外注は、「成果」に対して報酬が支払われる業務委託契約の「請負契約」であり、企業が工程全ての仕様を定め、外注先は与えられた業務をこなすだけになってしまうが、「業務そのもの」に報酬が支払われる副業・兼業者との業務委託契約は「準委任契約」であり、請負契約と違い工程に関する制限等がないことから、工程や結果に対する柔軟性が実現する。

⑦短いサイクルでのPDCAを回すチーム組成

副業・兼業人材は社内に常駐していないため、従来の中小企業のPDCAサイクルでは意思の疎通が深まらない。**より短いサイクルでのPDCAを繰り返す**ことで、中小企業と副業・兼業人材との関係性が強化される。また、考え方の相違や副業・兼業人材の作業進捗についても確認し、微修正を行いながらプロジェクトを進めることも可能となる。早急な結果を求めるよりも、小さな失敗の許容と、成功を賞賛しながら共に積み重ねる作業が重要。

⑧副業・兼業人材と共に活動する社内人材

中小企業は、副業・兼業人材に業務を任せきりにするのではなく、**社内人材を副業・兼業人材と協働させることにより、人材育成の場と捉える**ことが重要。企業は、副業・兼業人材が持つ他社や他部門等との調整力や思考法といった副業・兼業人材が持つノウハウを、プロジェクトを共に推進する社内人材が自ずと吸収する等、社員の実践的な成長機会に繋がる。

⑨副業・兼業人材からの指摘を受け入れるマインドセット

副業・兼業人材には、第三者だからこそ気付くことができる外部目線がある。中小企業は**副業・兼業人材から、自社に対する客観的な評価・改善事項への指摘を素直に受け入れるマインドセットが必要**。

<参考> 副業・兼業人材の声

副業・兼業人材の声 小野秀一郎氏（40代） × 株式会社龍泉刃物（福井県）

【副業・兼業人材登録のきっかけ】

東京でインバウンド専門の旅行業を手がけ、ウェブマーケティングにも造詣の深い小野秀一郎氏。コロナ禍が始まるまでの2019年はまさに日本中がインバウンドのピークを迎えていた。

しかし、コロナで外国人旅行者が激減する中、今まで培ったスキルを役立てたいと、複数の人材サービスプラットフォームに登録。

【株式会社龍泉刃物】

日本刀の刀鍛冶の鍛造技術から発生した伝統産業の越前打刃物。龍泉刃物はそこにスタイリッシュなデザインを施し、フランスの国際料理コンクールで使われた、最高の切れ味と美しい模様が浮かびあがるステーキナイフは、世界のシェフの目を奪った逸品。

しかし、海外から求められるも刃物はメンテナンスが不可欠で、売りっぱなしにもできず、販路開拓に悩んでいた。

【副業・兼業マッチング】

この課題の解決に力を貸したのが、海外に幅広いネットワークを有する小野氏。これまでも海外へのSNS発信や、HPの構築支援等を手がけた実績があり、ふくいプロフェッショナル人材総合戦略拠点の案件に対し、支援事業者を通じて応募。

月2回のウェブ会議が主体だが、2か月に1回は現地企業を訪問。本業での現場主義を踏襲し、カナダ全土での販路開拓に漕ぎ着けて、アメリカやシンガポールのリサーチも行った。

経営者より従業員育成の相談を受け、遠隔で外国籍従業員の育成をサポートしている。

【副業・兼業人材としての心がけ】

副業・兼業という言葉がなんとなく緩いイメージを与えてしまうが、本業と同じスタンスでプロとしての成果を上げるべく全力で取り組んでいる。経営者に信頼してもらえるように、最初の1～2か月でまず成果を出すことが重要。副業・兼業で得た経験も、今後インバウンドに戻ったときに本業に活かさないと勿体ない。

【成功する秘訣】

業務の切り出し、課題が明確であること。また経営者と社員間で社内の問題認識等、経営ビジョンをしっかりと共有できていることが大切。

業務を進めていく上で、テーマや方向性が変わっていく場合があるが、良い意味での方向転換は「フレキシブル」、ただし「ぶれ」で変わるのはいけない。表面的ではなく大元の課題から共有してくれると一緒に取り組みんでいきやすい。外からの新しい風は社員にも刺激になり、良いプレッシャーにもなる。

副業・兼業募集の単価だが、企業の本気度を示すためにも報酬の適正な設定も大事。人材側も「何でもやります」ではなく、「これだけはきちんと出来ます」という人が副業・兼業に適している。

都市部の副業・兼業人材は、地方や中小企業で実感、やりがいを感じやすい。



小野秀一郎氏

第4章 支援事業者の取組

4-1. 支援事業者の取組

中小企業が副業・兼業人材を活用するにあたり、どのようなアプローチがあるのか。支援機関や民間支援事業者が行うサービスについて、以下の3パターンを紹介します。

	サービス内容（範囲）				サービス＜支援事業者＞の一例
	募集支援	成約支援	業務遂行支援	補足説明	
支援機関等				産業支援機関が介在して、企業の人材ニーズを協定を結んだ大企業や民間人材ビジネス事業者等へ繋ぎ、マッチングの支援を行う ※金融機関が窓口となるケースもあり	①プロフェッショナル人材事業＜内閣府＞ ※プラットフォーム型やエージェント型の民間支援事業者と連携している場合あり
民間支援事業者	プラットフォーム型			企業と副業・兼業人材が業務委託の仕事の募集から契約締結までを直接行うことができるWEB上で展開されるプラットフォームサービス。マッチング事業者のシステムが、募集から成約までサポート	②中小企業専門副業・兼業プロ人材紹介サービス ＜例：JOINS(株)＞
	エージェント型			マッチング事業者自身が企業から業務を受託し、副業・兼業人材へ再委託。その後はプロジェクトのサポートを行う	③プロシエリング® ＜例：(株)サーキュレーション＞

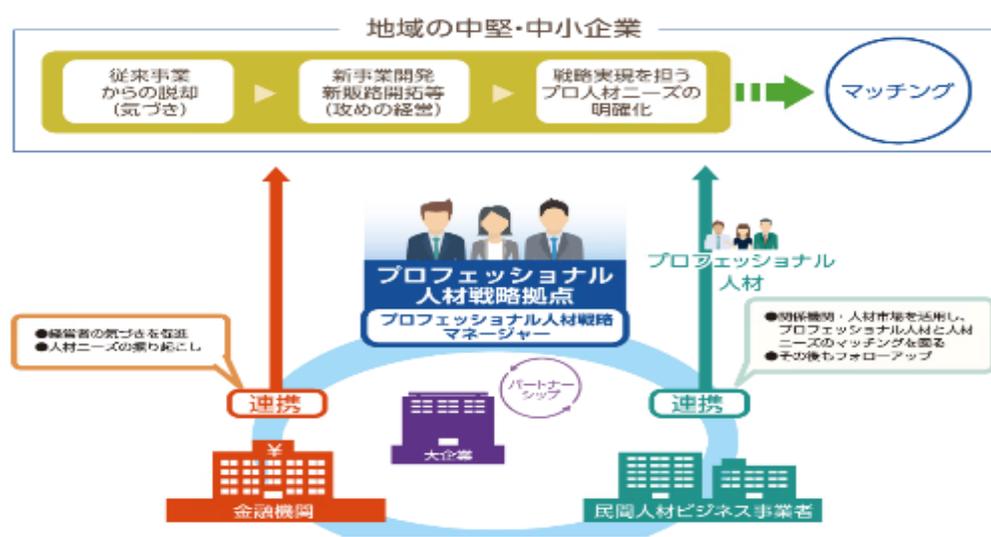
引用：一般社団法人プロフェッショナル&パラレルキャリア・フリーランス協会HPの図を当局にて再編加工

4-1-1. 支援事業者の取組

① プロフェッショナル人材事業

事業概略

- ・45道府県（東京都と沖縄県を除く）が「プロフェッショナル人材戦略拠点」を設置し、平成28年1月から本格稼働。
- ・潜在成長力ある地域企業に対し、経営戦略の策定支援とプロフェッショナル人材の活用支援活動を行う。
- ・各拠点は、地域企業の経営者を対象に、成長戦略や人材戦略への関心を高めるセミナー等の活動を展開しつつ、成長が期待される企業を個別に訪問。
- ・経営者に「攻めの経営」と新たな事業展開を促すとともに、企業の成長に必要なプロ人材ニーズを明確に切り出し、優良な雇用機会として人材市場に発信する。
- ・地域金融機関や各種支援機関等とも、有望企業の発掘や成長戦略の策定などで積極的に連携。
- ・また、主に都市部大企業との人材交流の拡大や人材ビジネス事業者と密接に連携しつつ、常勤雇用のみならず副業・兼業などの多様な形態でのプロ人材の還流実現に取り組む。



プロフェッショナル人材とは

人材タイプ	「経営革新」に対する貢献領域
経営人材・経営サポート人材	経営者を支える右腕として企業マネジメントに携わる人材（将来の経営幹部候補も含む）。
新事業立ち上げ・販路開拓人材	新規事業や海外現地事業の立ち上げなど、企業にとって新たな事業分野や販路を開拓し、売上増加等の効果を生み出す人材。
生産性向上人材	開発や生産等の現場で新たな価値（新たな製品開発、生産工程の見直し等）を生み出すことのできる人材。

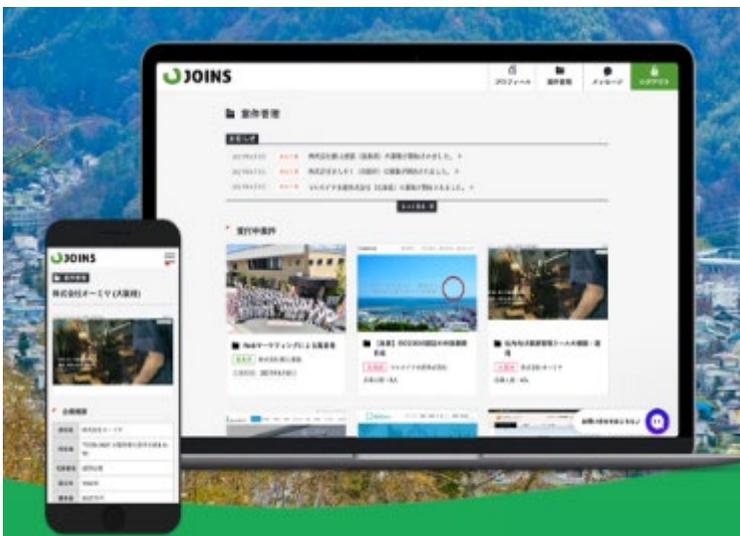
(出所) 内閣府地方創生推進室HPより

4-1-2. 支援事業者の取組

③JOINS株式会社

事業概略

- ・地方企業が首都圏在住の大手IT企業・大手製造業勤務のプロ人材を副業として活用できるプラットフォームを展開。
- ・同社の業務は中小企業に「副業人材との出会いの場の提供」だけにとどまらず、「**副業人材とチームで成果を出すためのノウハウを提供できる**」ことに強みがある。
- ・**JOINSメンバー自身が副業を実践**しており、経験に基づいてできているサービス。
- ・副業人材への依頼業務内容については、同社スタッフがヒアリングを元に文章化代行も可能。
- ・副業人材と業務委託契約締結後のキックオフ会議に同社も参加。成果を出すために最初に決めるべきことの会議進行を当社が代行。
- ・同社への利用料金は4万円（副業人材へは別途報酬必要）毎月解約可能。また13ヶ月以降は無料になる等、企業が利用しやすい設計となっている。



(出所) JOINS(株)HPより

✓ JOINS代表も自ら、長野県の企業に週8時間、1年以上、2拠点生活しながら副業を継続しています。

✓ JOINSメンバーも約10人、地方在住者も含まれ、全員兼業・副業をしながら、フルリモートワークで働いています。



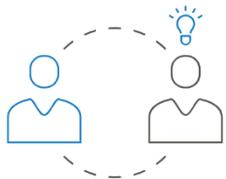
4-1-3. 支援事業者の取組

◎株式会社サーキュレーション

事業概略

- ・中小企業の課題解決に向け、スキルの高い人材をプロジェクト単位でシェアするサービスを展開。
- ・銀行・信用金庫・税理士法人と提携し、中小企業から相談が入ってくる体制を構築。
- ・同社がシェアする人材の特徴は「事業会社出身の独立人材」。PDCAの「P」に重点をおくコンサルタントと違い、事業会社での経験を踏まえ「P」を「D」に落とし込み、**中小企業の社員と一緒に同じ目線で活動**ができる。
- ・中小企業にとっては、**スキルの高い人材を期間限定でプロジェクトメンバーとして活用**することが既存の社内人材の育成につながっている。
- ・これまでの利用実績約8600件中、8割程度は従業員300名以下の中小企業。
- ・年収の3割程度の手数料がかかり、募集から採用まで半年～1年以上かかる人材紹介と違い、業務委託形式で来週から気軽に活用できる点が中小企業の経営者に評価されている。

01



プロシェアリング業界のリーディングカンパニー

プロシェアリングコンサルタントが貴社の課題解決まで伴走

02



プロ人材DB
17,814名 (2021年7月末時点)

日本の上位層に特化した日本最大級のプロ人材データベース

03



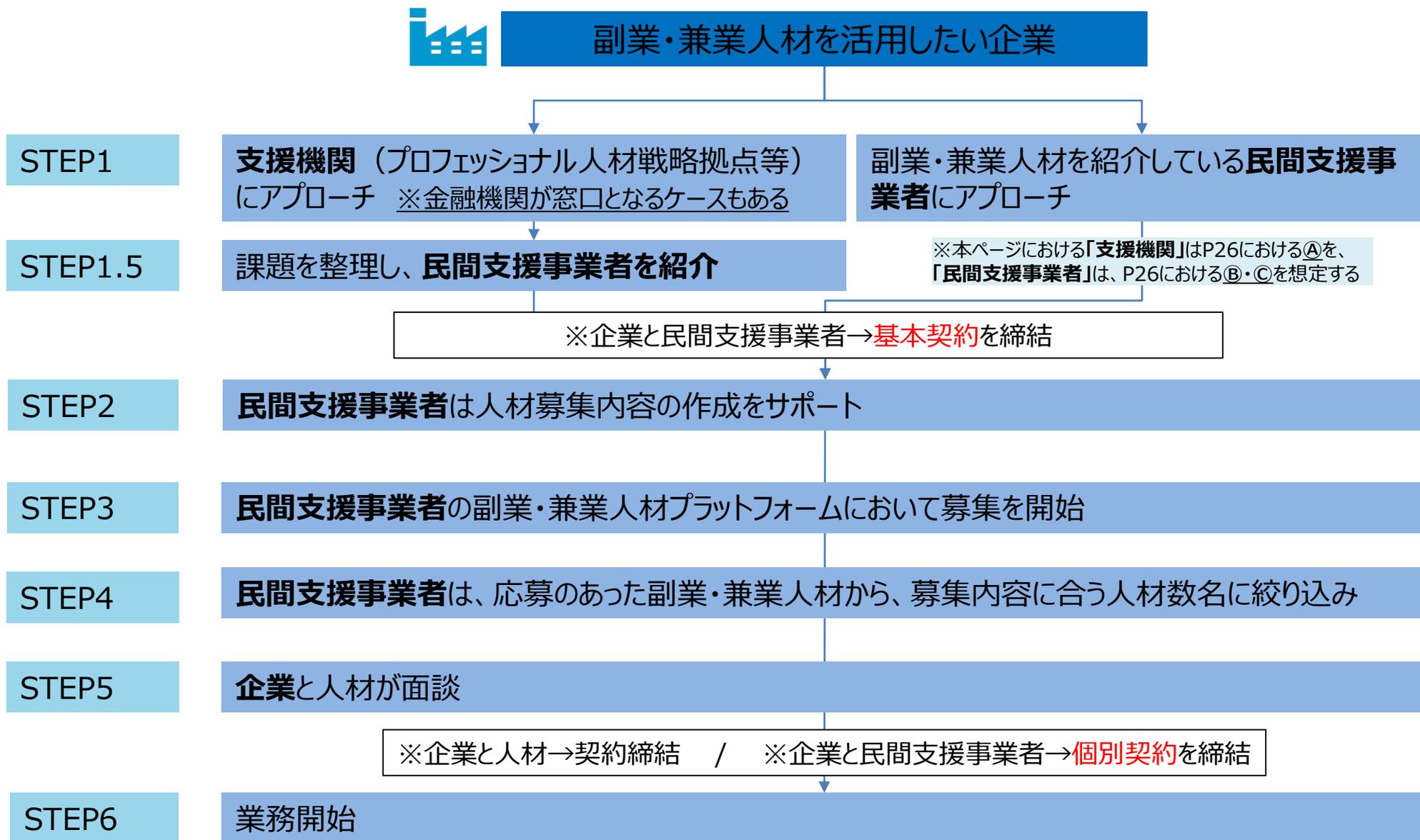
あらゆるテーマで案件数
8,631件 (2021年7月末時点)

新規事業から業務改善、人事、DX、SDGsまで幅広くカバー



(出所) (株)サーキュレーションHPより

<参考> 副業・兼業人材活用までの手順（イメージ例）



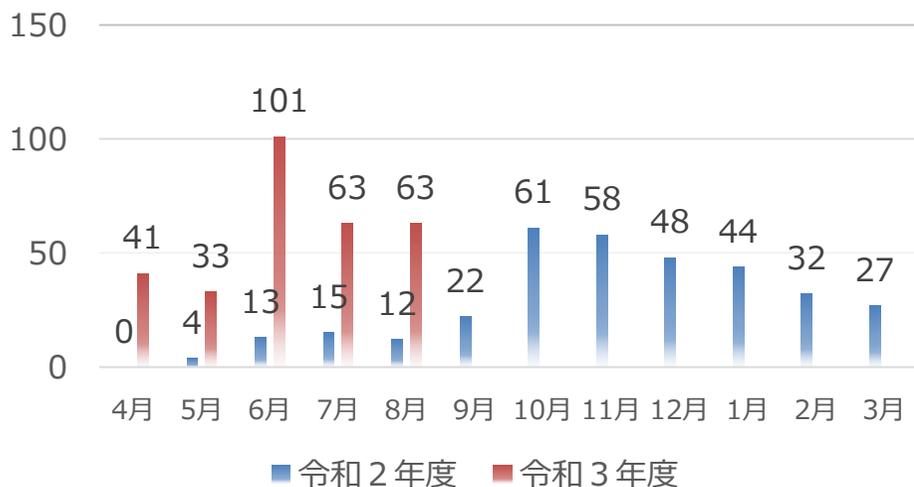
第5章 これからの「副業・兼業人材」を活用するという選択肢

5-1. これからの「副業・兼業人材」を活用するという選択肢

都市部大企業等と連携し、地域企業の経営課題等への関与を希望する人材をマッチングする、内閣府の「プロフェッショナル人材事業」の取組から、新しい選択肢としての「副業・兼業」に関する実績を確認すると、副業・兼業にかかる成約件数が大きく伸びていることが確認されます。

また、関西※に限ってみると、副業・兼業の成約件数（令和3年度）は、5ヶ月で昨年度1年間の実績をほぼ達成。また、全成約件数に占める副業・兼業の割合は、全国の上昇率を上回っており、徐々にではあるものの、普及の兆しが窺えます。※本レポートにおける「関西」は、福井県・滋賀県・京都府・大阪府・兵庫県・奈良県・和歌山県とする。

副業・兼業にかかる「成約件数」の推移(全国)



副業・兼業にかかる関西の動向

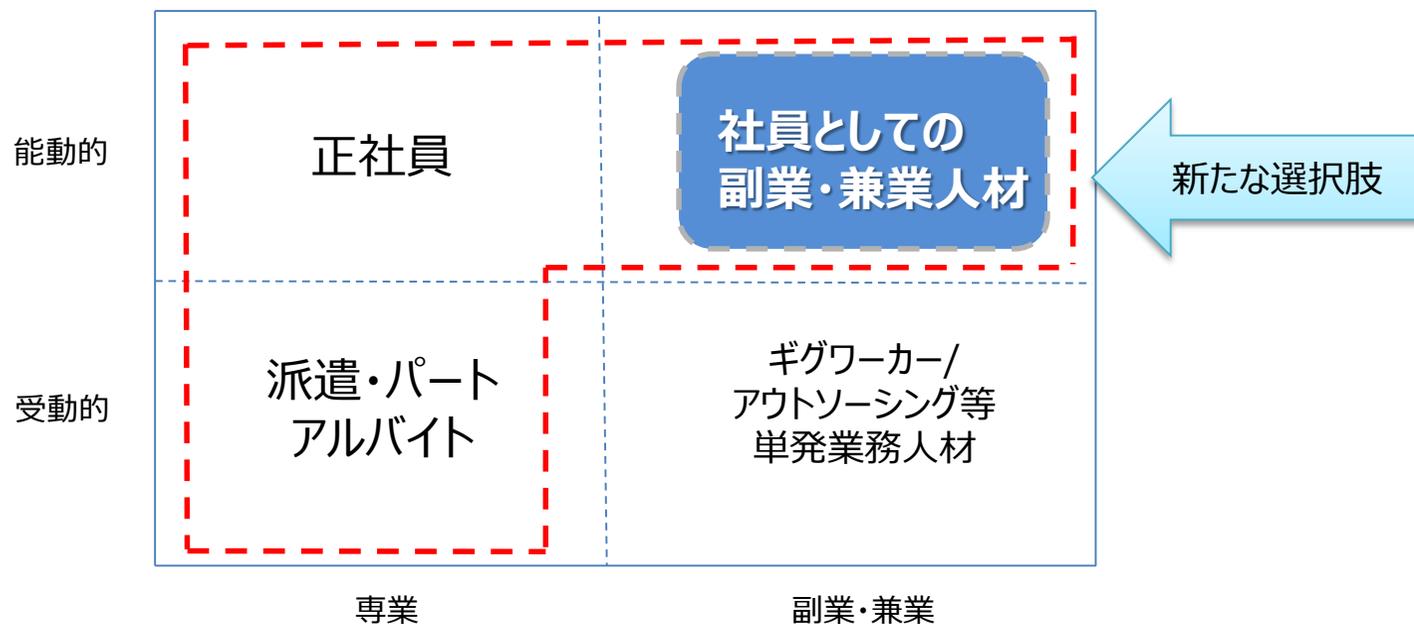
関西	全成約件数	うち副業・兼業	割合	
令和2年度 (12ヶ月)	564	43	7.6%	上昇率 71.1%
令和3年度 4～8月(5ヶ月)	322	42	13.0%	
全国	全成約件数	うち副業・兼業	割合	
令和2年度 (12ヶ月)	3,363	336	10.0%	上昇率 59.0%
令和3年度 4～8月(5ヶ月)	1,897	301	15.9%	

(出所) 内閣府地方創生推進室より

5-2. これからの組織形態の一つ「副業・兼業人材」

副業・兼業人材が活躍している事例や、各種ヒアリングを通して見えてきたものは、プロジェクト期間中、副業・兼業人材を「一社員」として受け入れ、活躍・貢献できる場を与えた企業側の意識改革と新しい組織形態です。

副業・兼業人材を、「社員の一人」として受け入れることは、経営課題や専門人材難に悩む中小企業にとって非常に有効な選択肢であると同時に、正社員やパート等の専門人材のみで構成されてきた組織の在り方を、再検討する契機に繋がるものと思料されます。



引用：経済産業省 第4回 スマートかつ強靱な地域経済社会の実現に向けた研究会
資料3 地方・中小企業における副業人材活用の実態と今後の拡大に向けて必要なこと（JOINS(株)）の一部資料を編集加工（上図）

<参考>関西におけるプロフェッショナル人材戦略拠点

福井県

ふくいプロフェッショナル人材総合戦略拠点

〒910-0102

福井県福井市川合鷺塚町61字北稲田10

福井県工業技術センター内 連絡先：0776-55-1550



PM：保坂 武文 氏
専門領域・強み：
研究開発（自動車）、
企画・マーケティング
技術戦略構築 等

滋賀県

滋賀県プロフェッショナル人材戦略拠点

〒520-0806

滋賀県大津市打出浜2-1（コラボしが21 2階）

連絡先：077-511-1419



PM：黒川 幹生 氏
専門領域・強み：
企業審査、案件審査

京都県

京都府プロフェッショナル人材戦略拠点

〒600-8813

京都府京都市下京区中堂寺南町134 公益財団法人

京都産業21 京都中小企業事業継続支援センター内

連絡先：075-315-8897



PM：岡本 圭司 氏
専門領域・強み：
20年以上にわたる商工労働観光
行政への携わり、ものづくりを中心
に中小企業経営者と伴走 等

奈良県

奈良県プロフェッショナル人材戦略拠点

〒630-8501

奈良県奈良市登大路町30

奈良県雇用労政課内 連絡先：0742-27-3171



PM：田中 淳司 氏
専門領域・強み：
マーケティング、商品企画、
事業企画

大阪府

大阪府プロフェッショナル人材戦略拠点

〒540-0031

大阪府大阪府中央区北浜東3-14

エル・おおさか本館3階 連絡先：06-6910-8311



PM：乾 俊人 氏
専門領域・強み：
中小企業の技術開発・企業誘致、
制度融資の活用、人材確保の
サポート

兵庫県

兵庫県プロフェッショナル人材戦略拠点

〒650-0044

兵庫県神戸市中央区東川崎町1-8-4

神戸市産業振興センター2階 連絡先：078-977-9078



PM：亀井 芳郎 氏
専門領域・強み：
戦略策定・経営管理・マーケティング
・新業態開発、中小企業の社長と
して第二創業、株式上場を経験 等

和歌山県

和歌山県プロフェッショナル人材戦略拠点

〒640-8033

和歌山県和歌山市本町2-1 フォルテワジマ6階

（公財）わかやま産業振興財団内

連絡先：073-433-3110

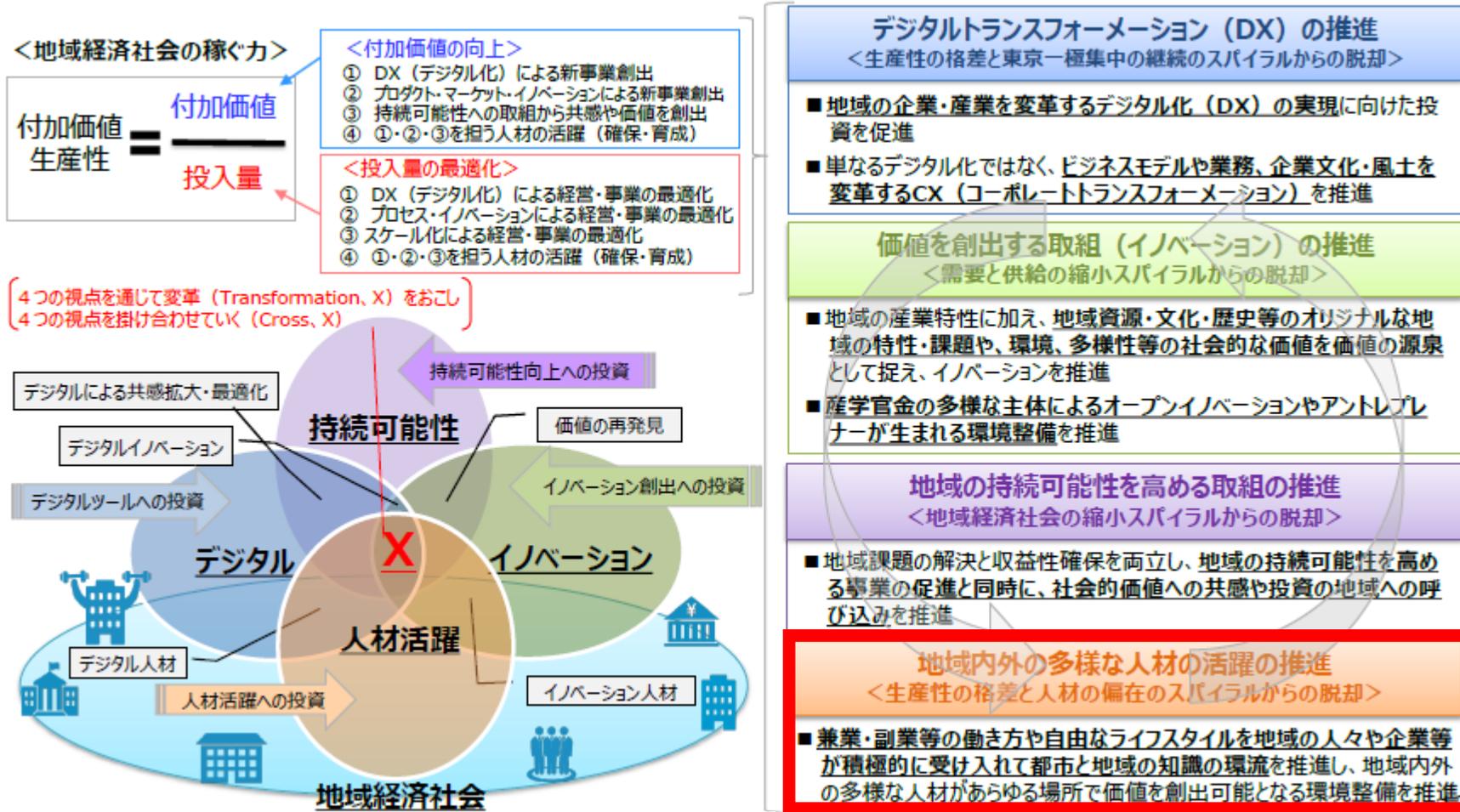


PM：山口 誠 氏
専門領域・強み：
事業計画、経営理念、商品企画、
販路開拓、管理者教育 等

（出所）内閣府地方創生推進室HPより

<参考> 地域内外の多様な人材の活躍の推進（「今後の地域経済産業政策が目指す方向性」より）

「副業・兼業人材の活用」は、経済産業省が令和3年6月にとりまとめた「スマートかつ強靱な地域経済社会の実現に向けた研究会」においても**地域経済社会の稼ぐ力のために必要な要素**として着目されており、これから大きな進展をみせる兆しがうかがえます。



（出所）経済産業省 スマートかつ強靱な地域経済社会の実現に向けた研究会 取りまとめ
「今後の地域経済産業政策が目指すべき方向性」より

おわりに

本レポートは、人材活用における新たな潮流としての「副業・兼業人材の活用」について取り上げました。

コロナ禍によって多くの事業者が苦境に立たされる中、急速に浸透したりリモートワークは距離という障壁をなくし、中小企業が専門性の高い人材を活用することを可能としました。特に関西においては、第5章で紹介したとおり、副業・兼業人材の普及の兆しが窺えます。

副業・兼業人材の活用は、特に地方の中小企業にとってメリットが大きく、専門人材確保の手段として、有効な選択肢であり、副業・兼業を行う人材側にとっても、新たな働き方を実践する中で、自らの能力の活用や社会貢献、また、プロジェクトを通じたさらなるスキルアップなど、達成感や、やりがいに繋がっています。

本レポートが、専門人材不足を抱える中小企業が、「副業・兼業人材の活用」について、改めて検討するきっかけとなり、「副業・兼業人材の活用」という選択肢の浸透による企業の発展・成長、地域経済の活性化に繋がることを期待しています。

最後になりましたが、ヒアリングにご協力いただきました皆様にお礼申し上げます。

～これまでの「関西企業フロントライン」の調査項目～

- 第1回：大手家電・電機メーカーの構造変化を受けた関西中小企業の事業転換の実態（平成29年6月30日）
- 第2回：関西長寿企業に学ぶ中小企業の持続的成長（平成29年9月13日）
- 第3回：関西中小企業の事業承継時におけるM&Aの活用の実態（平成29年10月19日）
- 第4回：関西ベンチャー企業の創業・成長環境における資金調達の実態（平成30年1月17日）
- 第5回：人手不足下における関西中小企業の人材確保の実態（平成30年2月21日）
- 第6回：関西中小企業における外部人材の要職への活用実態（平成30年3月28日）
- 第7回：関西中小企業における売上拡大を目指す設備投資の原動力の実態（平成30年5月16日）
- 第8回：関西企業を取り巻く「新しい働き方」普及の実態（平成30年7月18日）
- 第9回：地域産業の持続的成長に寄与する関西中小企業の事業統合の実態（平成30年9月20日）
- 第10回：【データ編】最新の経済データから見た関西中小企業の動向（平成30年10月17日）
- 第11回：関西における「中小企業の頼りになる支援人材」と支援機関の活用・評価の実態（平成30年11月29日）
- 第12回：関西における外国人起業家の動向（平成31年1月24日）
- 第13回：関西中小企業における外国人材の雇用・活躍の実態（平成31年2月20日）
- 第13回：別冊：関西におけるベトナム人増加の実態（平成31年3月20日）
- 第14回：「人材」が育つ関西のオープンファクトリー（令和元年6月17日）
- 第15回：関西における「キャッシュレス」の取組実態と新たな兆し（令和元年8月28日）
- 第16回：新しいつながりが仕事を生みだす～中小企業「コネクター」の機能（令和元年11月20日）
- 第17回：ブランドを確立した中小企業が取り組む新たなコラボレーションの潮流（令和2年2月28日）
- 第18回：食品ロス問題から捉える企業のビジネスチャンス（令和2年3月18日）
- 第19回：「成長する」関西の中小企業が取り組む新事業展開の成功ポイント（令和2年4月15日）
- 第20回：新たな日常に向けた個人消費の変化を捉えるビジネス（令和2年10月21日）
- 第21回：現場と共創する中小企業のデジタルトランスフォーメーション(DX)（令和3年1月20日）
- 第22回：逆風から飛び立つ航空機－関西航空機産業の明日への挑戦（令和3年6月30日）

※各レポートは、下記当局ホームページからご覧頂けます。

<https://www.kansai.meti.go.jp/1-9chushoresearch/report.html>