



副業・兼業人材との 協業による 経営課題解決

働き方改革が進むにつれ、「副業・兼業」に関心が高まっています。

社会環境やライフスタイルの多様化とともに

組織に求められる役割は大きく変化しており

「副業・兼業」での経営課題解決に注目されています。

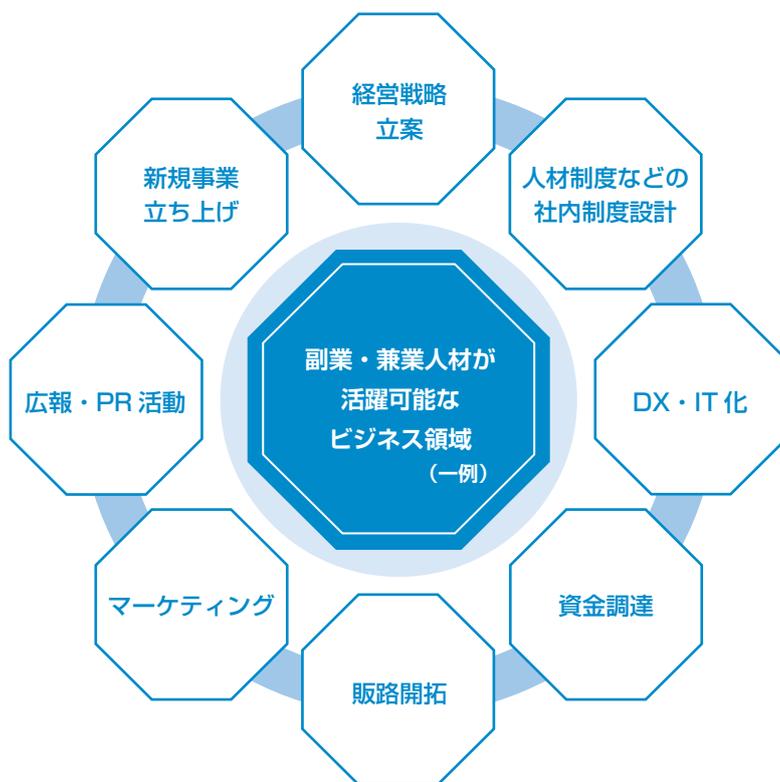
変化の常態化を許容する組織となるために

富山県の人口は1998年の約112万人をピークに減少傾向にあり、2022年10月の人口は約101万人となっています。

労働力人口の減少は、継続した組織運営に大きな影響があり、富山県では人材獲得激化の未踏の時代に選ばれ続けるため、様々な施策により働き手の確保をしています。

不確実な将来への事業展開のキーワードは、グリーン、オープン、グローバル。人材こそが革新の源泉。このような考えの元、富山県では、副業・兼業人材との協業による組織活性に注目しています。

予測不能な時代に多様化・細分化する課題解決には、1社のみでの対応では限りがあるため、実務経験豊富な副業・兼業人材と協業し、新たな価値やイノベーションを生みだしていきたいでしょう。



「副業・兼業人材」と協業するメリット

- 1 専門領域を持つプロフェッショナルの支援を受けられる
- 2 必要な業務を、必要な時だけスピーディーに依頼できる
- 3 常勤雇用より費用を抑えられる

国も副業・兼業の促進を後押し

国は、新たな技術開発やオープンイノベーション、起業の手段、そして第2の人生の準備に有効として、副業・兼業を促進しています。

2020年9月、厚生労働省は、企業も働く方も安心して副業・兼業を行うことができるよう、労働時間の管理などの副業・兼業ルールをより明確にするため、2018年1月に策定した「副業・

兼業の促進に関するガイドライン」を改定しました。

「原則、副業・兼業を認める方向とすることが適当である」の背景には、勤務時間以外の時間をどのように過ごすかは、基本、労働者の自由であるという考えがあります。

国が示すガイドラインも、副業・兼業は合理的な理由がなく制限はできず、原則、副業・兼業を認める方向となっています。

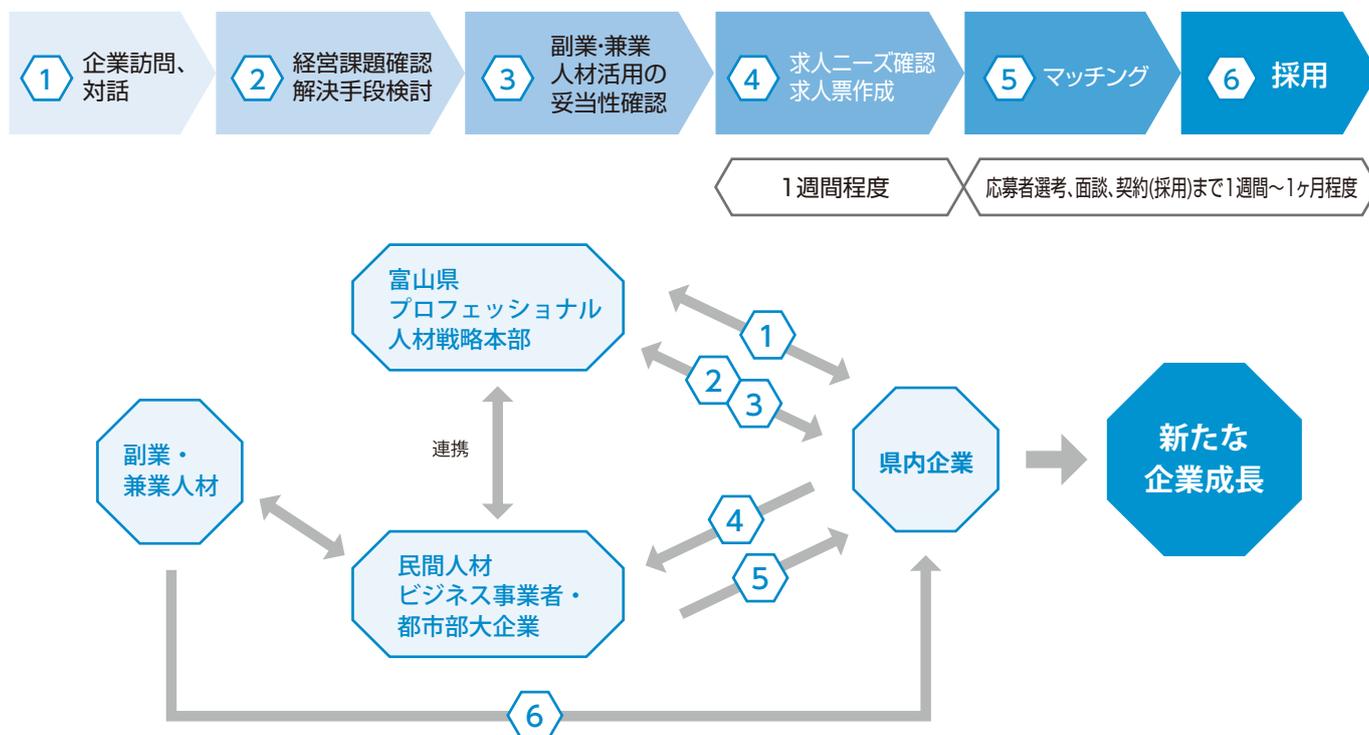
労働時間の通算の解釈等が明確に

副業・兼業の場合における労働時間の管理については、労働基準法上、労働時間の通算が必要となる場合がある中で、副業・兼業先での労働時間の管理・把握が困難であるという理由から導入に対して企業の慎重な姿勢がありました。

このため、厚生労働省から、労働時間の通算のルールや労働者の自己申告等による副業・兼業の確認、簡便な労働時間管理の方法等が示され、導入しやすくなりました。

県では、県内企業が経営課題の解決に必要となる「プロフェッショナル人材」や「副業・兼業人材」の確保のため、富山県プロフェッショナル人材戦略本部を設置。経営課題解決等で即戦力となる「副業・兼業人材」のマッチングを支援しています。

副業・兼業人材採用までの流れ



副業・兼業人材との働き方

富山県が開催した過去2回のオンラインイベントへ参加申込された副業・兼業人材の60-70%が首都圏（1都3県）在住でした。富山県外在住の方が多いため、打ち合わせ等はオンライン会議システム等を介して行うことがほとんどとなります。

副業・兼業人材とは、ビジネスにて成り立っている関係ですが、対面での打ち合わせ機会は少ないため、必ず契約書を締結してからの協業としましょう。

契約について

副業・兼業では、様々な雇用形態がありますが、業務委託契約が主流です。業務委託には「請負契約」と「委任契約」の2種類があります。

請負契約	業務を完成させることを目的とした契約 業務の完了・成果物の納品を持って対価が発生する
委任契約	業務の遂行を目的とした契約 業務を行えば、成果物がなくても対価が発生する

※業務が法律行為であれば「委任契約」、法律行為以外の業務であれば「準委任契約」となります。

契約に関する費用について

- ・ 副業・兼業人材への報酬は3～5万円 / 月程度が一般的です。
- ・ 実際に富山に来てもらう場合は、別途交通費実費の支払いが必要です。
- ・ その他、民間人材ビジネス事業者への支払いが必要です。

観光戦略課

公式SNSの、持続可能で戦略的な運用への転換を目指したい。

富山旅行への潜在的な層への誘客、観光公式サイトへの流入対策としてSNSを運用していたが、運用体制・方法について定めておらず持続可能な体制作りが課題であった。

！ 現状

SNS発信は、担当者の「手のひら」の中の作業で完結してしまっており、計画的な運用、投稿の効果検証ができていなかった。

? 課題解決のために

観光戦略課では、SNSマーケティングで豊富な実績を持つ副業人材1名を採用した。SNS運用の基本的なルール策定、効果検証とPDCAスキーム検討など、持続可能なSNS運用の仕組みづくりを提案いただいた。

取り組みの成果

副業者からのサポートを経て、公式SNSでは週に1回の情報分析と効果検証の機会を設け、投稿についてもスケジュールに則った運用に改めた。リポスト・リツイート機能や、アンケート機能なども生かし、フォロワーとの双方向性を高めるような投稿を増やしている。

さらに、副業者を講師として県内市町村の観光担当者を対象としたSNSセミナーを開催し、本取り組みの横展開を行った。

副業を経験して



30代

京都府出身、東京都在住

紹介を受けた
民間人材ビジネス事業者
(株)みらいワークス

これまでのキャリアでSNSの属人的運用や失敗の経験があり、ご担当者の悩みには共感できるものがありました。課題解決に向けた半年間で、ご担当者の意識の変化と熱意で、少しずつ着実に良いものに向かっていくのを感じました。民間のSNSマーケティングの知見が自治体様にも共有でき、大変よかったと思います。また、富山の方の強い地元愛を感じ、私自身も、今どきのウェルビーイングを自然の中で体感できる富山のファンになりました。特に立山を見ながら入るサウナは最高ですね。

県担当者の感想



副業者との協業を経て、現在では定期的な分析や効果検証が行えるようになりました。今後は今回作った運用スキームを着実に回し、体制化していきたいです。また、SNSセミナーを通して各市町村のSNS担当者との横のつながりができたことも収穫になりました。

人材募集の際の申込者

3社:40名

広報課

目的に応じたSNSの使い分けによる効果的な情報発信を推進したい。

富山県では、県の情報発信にSNSを活用していたものの、効果的な運用方針がなく、TwitterとInstagramの使い分けができていなかったことに加え、発信内容が各課任せになっていることが課題だった。

！ 現状

SNS投稿記事は、各課から寄せられた原稿をそのまま発信していたために統一感がなく、担当者交代時の引き継ぎマニュアルなどもなかった。

? 課題解決のために

広報課では、広報PR、マーケティングで豊富な実績を持つ副業人材1名を採用した。協業開始に当たっては課員とワークショップ形式で課題の洗い出しを行い、県の広報活動を俯瞰する課題解決の道筋に向け、提案をいただいた。

取り組みの成果

Twitterでは各課から提供された情報発信に加え、広報課独自の投稿を行って親しみやすさをプラスした。一方、Instagramは富山県の日常的な魅力発信媒体と位置付け、#toyama_nextによる個人の写真投稿のリポストを行い、ユーザーとのコミュニケーションを活発化させた。これらTwitterとInstagramの明確な使い分けの徹底により、半年でTwitter6%、Instagram24%のフォロワー増効果があった。

副業を経験して



40代

神奈川県出身、東京都在住

紹介を受けた
民間人材ビジネス事業者
(株)みらいワークス

県の広報では、ターゲットが県内なのか県外なのか、また、各市町村の情報のバランスはどうかなど企業における広報との違いがあります。ターゲットを絞ることの難しさもあり、この点は、最初の打合せなどでしっかりとすり合わせをしていきました。地方創生への関心から、これまでも自治体様との協業を経験していました。今回、富山に初めてふれてみると、食も酒も観光も、なんでもそろっている印象です。また、「良いものがある」という皆さんの地元愛の強さとプライドも感じられましたので、SNSを通して富山の魅力を再発見できると信じてます。

県担当者の感想



広報活動でのSNS運用について、「発信することがゴールになっているのでは」というもどかしさはあったものの、何が課題かを深く掘り下げることができたのは、今回の協業を通してこそです。協業で得た知見は、SNSにとどまらず、テレビや新聞、広報紙による広報などにも生かしていきたいと思っています。

人材募集の際の申込者

3社:68名

高志の国文学館

高志の国文学館の認知度向上と、若年層の来館者増を図りたい。

開館10年を迎えた高志の国文学館(富山市)の認知度向上と、若年世代の来館者拡大のために、従来より続けていたSNSのあり方の見直しと、ホームページのリニューアルを行いたいと考えた。

！ 現状

高志の国文学館では、来館者の多くは中高年層で、若年世代の認知度が低い。また、SNS発信は行なっていたものの、多くの人に見てもらうための効果的な投稿方法を模索している状況だった。

? 課題解決のために

高志の国文学館では、SNSやホームページのコンセプト作りに関する業務、SNS投稿実務に従事する副業人材を2名採用した。2名にはそれぞれ一度ずつ来館いただき、現状確認とヒアリングの後、オンラインで作業を進めた。

取り組みの成果

副業者からのサポートを経て、ターゲット層の絞り込み、情報精査など、SNS運用での訴求ポイントの明確化ができた。これにより、SNSの特性に合わせたスムーズな投稿業務の実現がかなった。さらに、投稿頻度や撮影方法など機能や技術面で副業者から具体的な提案があり、フォロワー数増加、認知度向上に弾みがついた。一方、ホームページリニューアルは、副業者の提案を元に、継続して作業を進める道筋がついた。

副業を経験して



20代

東京都出身、熊本県在住

紹介を受けた民間人材ビジネス事業者
パーソルキャリア(株)

応募のきっかけは、私にとって未知のジャンルだった「文学館」での仕事に魅力を感じたからです。この副業がきっかけで、ドラえもんの作者が富山県出身と知ることでもでき、富山の文学の一端に触れてとても刺激になりました。投稿の実務作業を通し、インスタグラムでのリールBGMや、ハッシュタグ選択など、私自身が改めて気付かされたことも多く、嬉しい収穫となりました。



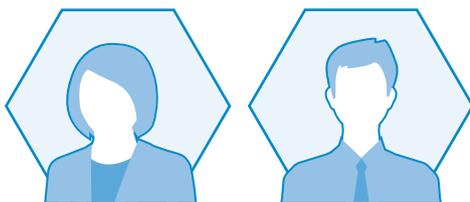
30代

群馬県出身、東京都在住

紹介を受けた民間人材ビジネス事業者
(株)みらいワークス

高志の国文学館は、すでに十分素晴らしい資産を持っており、その資産をターゲットに向けて効果的に発信するために、私のキャリアが役立てると考えました。私の考える地方での副業の魅力は、ふだん行なっている首都圏での仕事とは違う「楽しさ」にあります。月に一度のご担当者とのオンライン会合は雰囲気よく、私の提案も快くご理解いただきました。

県担当者の感想



副業者との協業で、HPやSNSの方向性を整理でき、SNSの実用的なテクニックも教えていただきました。Twitterでは「文学コンテンツ」、Instagramでは「美しい外観や環境」など、当館の財産を生かし、媒体に適した投稿内容へと大きく見直しことができました。「結果を焦って求めず、トライ&エラーを繰り返し、未来に向けてファンを増やす活動を継続していく」といった視点は、全ての業務において大切な言葉となっています。

人材募集の際の申込者

4社:56名

副業・兼業人材と富山県内企業のオンライン交流会

参加申込者から見る副業・兼業人材データ

富山県では、自社の抱える課題を副業・兼業人材との協業により解決したい県内企業と富山県での副業・兼業を希望する人材、また自社社員の活躍機会創出、セカンドキャリア支援に力を入れたい大企業の3者との交流を促進するオンラインイベントを過去2回開催しました。参加申込いただいた副業・兼業人材の属性を紹介します。

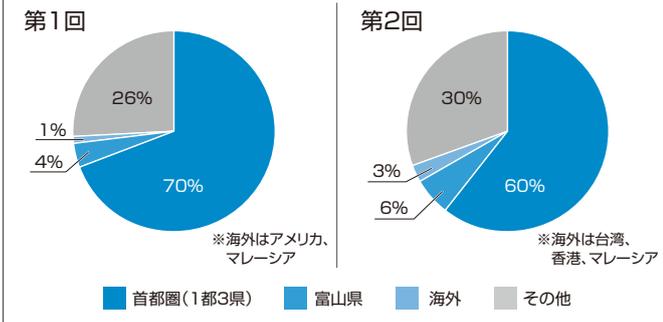
第1回開催

日時:2022年3月7日 オンライン形式にて開催 参加者:県内企業24社 参加申込者:193名

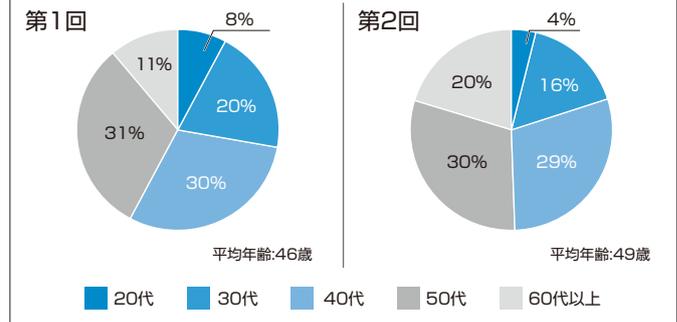
第2回開催

日時:2022年11月9日 オンライン形式にて開催 参加者:県内企業22社 参加申込者:146名

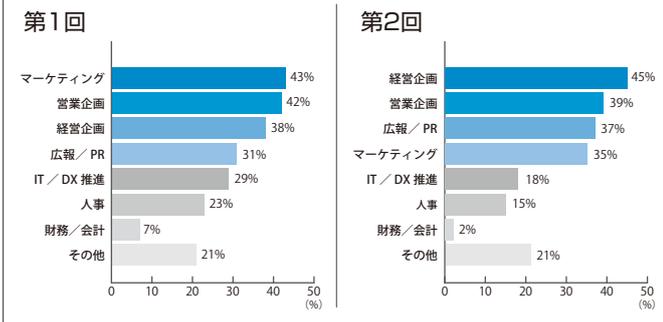
1) 現在居住場所



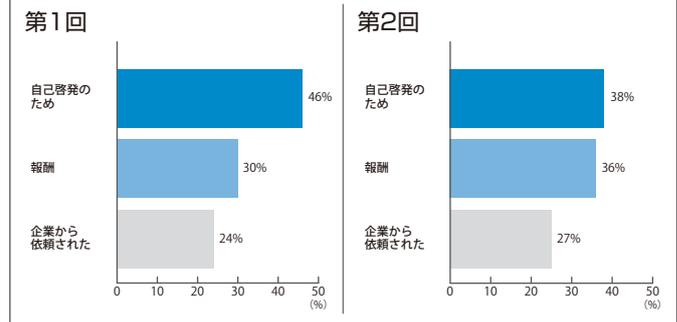
2) 年齢



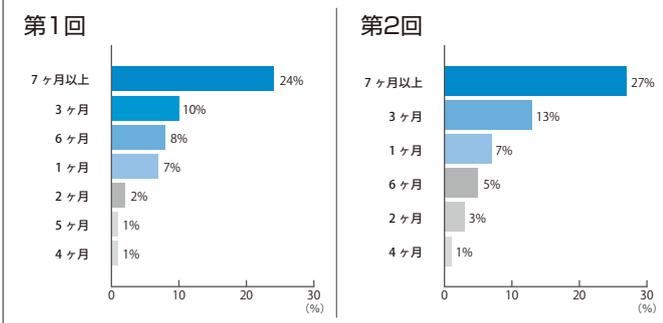
3) キャリアを生かせる分野(複数選択可)



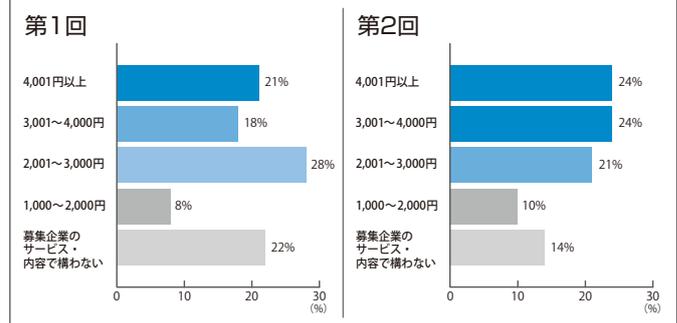
4) 副業・兼業実施の理由(複数選択可)



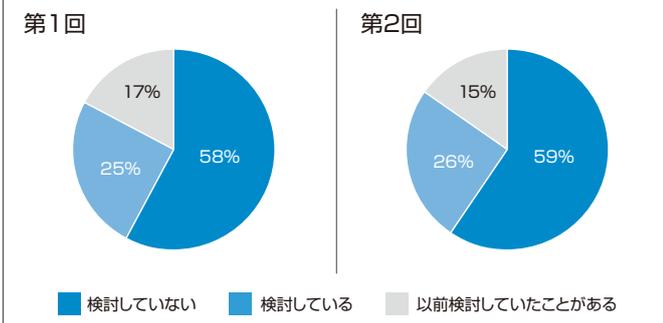
5) 契約期間(複数選択可、無回答除く)



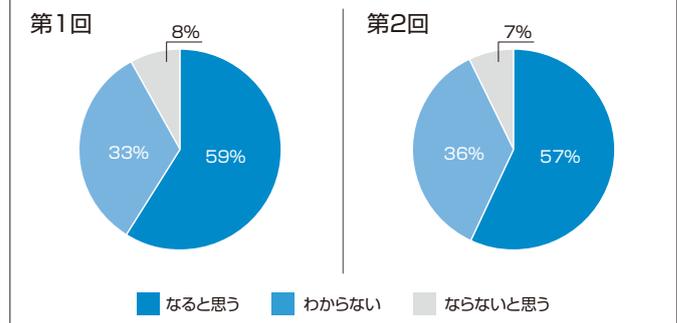
6) 希望する平均月報酬(複数選択可)



7) 現在、地方への移住を検討していますか?



8) 地方企業での副業・兼業経験が移住のきっかけになると思いますか?





プロフェッショナル人材、副業・兼業人材の確保に関する問い合わせ
富山県人材活躍推進センター 富山県プロフェッショナル人材戦略本部

所在地:〒930-0805 富山県富山市湊入船町9番1号 とやま自遊館2F
営業日:月曜日～金曜日(祝日、年末年始を除く) 利用時間:9時～17時
電話番号:076-411-9156 FAX番号:076-411-9184
<https://job-suis hin.jp/support/pro.php> E-mail:pro-jinzai@job-suis hin.ne.jp

制作・発行

富山県商工労働部労働政策課雇用推進班

所在地:〒930-8501 富山県富山市新総曲輪1-7 電話番号:076-444-8897 FAX番号:076-444-4405

発行:2023年3月