

副業・兼業人材活用のための フレームワーク集

業務別

ECサイト制作

人事業務

B2B営業

業務プロセス改善



令和3年度 神戸市内中小企業の副業・兼業人材活用推進事業

本資料の目的

副業・兼業人材活用の成否を分ける「業務内容の的確な切り出し（具体化）」を手助けすることを目的としています。

適切な業務切り出しなくしては、適切な人材選定および目的達成が困難なためです。

- 対象

- ・ 地域金融機関様
- ・ 経営支援機関様

- 想定活用シーン

顧客企業と経営課題を検討しながら、副業・兼業人材に依頼すべき業務を整理する際の使用を想定しています。

目次

1. 副業・兼業人材活用で重要な業務の切り出し

- (1) 副業・兼業人材活用に相性のよい業務は改善業務
- (2) 課題メニューの中から自社にある課題を見つける
- (3) 解決方法や成果物は特定しなくてもよい

2. 業務切り出しに役立つフレームワーク

- (1) フレームワークの使い方
- (2) 中小企業で多い課題別フレームワーク
 - ・ EC強化
 - ・ 業務改善
 - ・ 人事業務
 - ・ B2B営業

(補足資料)

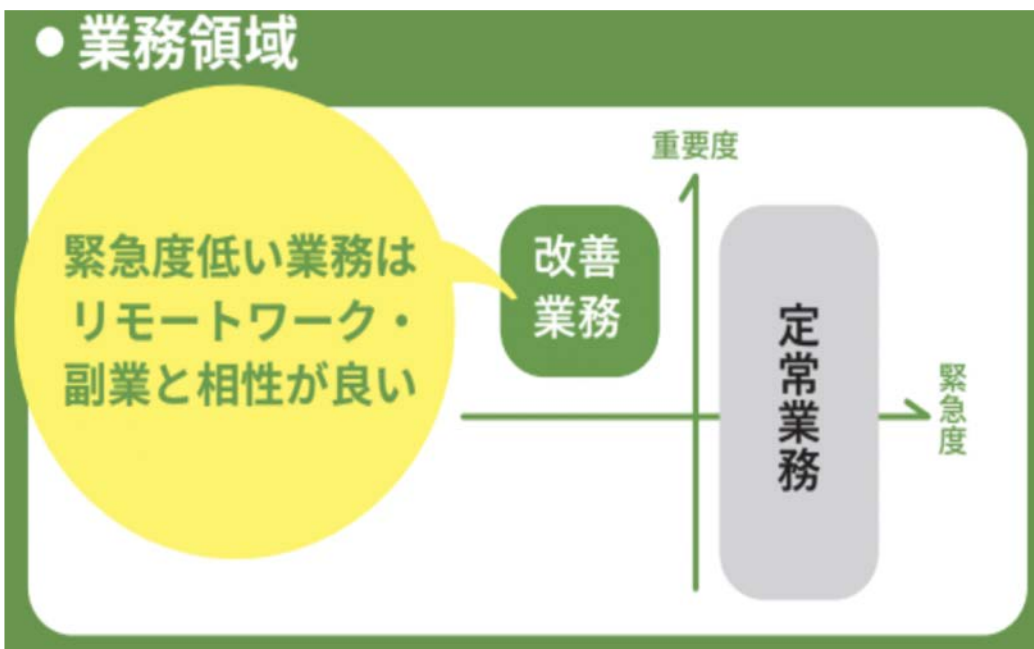
中小企業の課題別副業・兼業人材活用事例集

1

副業・兼業人材活用で重要な業務の切り出し

(1) 副業・兼業人材に相性のよい業務は改善業務

副業・兼業人材に相性がよい業務は、「**緊急度は低いかもしれないが重要度が高く、未来への投資となる改善業務**」です。従来の方法で解決できなかった課題こそ、試す価値があります。



◆定常業務

工場でのモノ作り、店舗での販売などの日々の定常業務は社員で対応

◆改善業務

新たにやりたいこと、特にデジタルを活用した売上拡大・費用削減などの改善業務は副業・兼業人材で対応

従来の方法では上手くいかない理由

- 既存社員ではノウハウや時間が足りず実行できない
- 専門人材を社員採用できない（報酬条件が合わない）
- コンサルだと手足を動かしてくれず中途半端になってしまう

(2) 課題メニューの中から自社にある課題を見つける

活用業務の約6割がデジタル化業務（ブルーの箇所）です。販路開拓や、時間がかかりミスも多くなりがちな手作業・紙ベースの業務で、デジタル活用により生産性を高める事例が多くあります。

| | | | | | | | |
|------|-----------------|---------------|--------------|------------------|----------------|-------------------------|----------------|
| 既存事業 | 売上増加 (販路獲得) | EC強化 | SEO集客 | SNS集客 | EC Web デザイン | B2B Web 集客 | 海外B2B Web集客 |
| | | Web広告 | オウンド メディア | 大都市向け 営業 | 海外向け 営業 | 広報 | |
| | 費用削減 (生産性増) | 製造プロセス IT化 | 勤怠管理 IT化 | 在庫管理 IT化 | 経費精算 IT化 | 請求管理 IT化 | 受発注管理 IT化 |
| | | 製品別収支 見える化 | 月次決算 早期化 | RPA導入 | リモートワー ク導入 | 手入力作業 IT化 | 基幹システム 再導入 |
| | 採用増・離職減 (人事) | 評価報酬 制度改善 | 就業規則 改善 | 人財育成 制度改善 | 採用手法 改善 | 組織・役職ごとの 業務範囲・権限の明確化 | |
| | 新規事業 | 市場調査 | 事業モデル 検証 | 金融機関向け 事業計画作成 | プロジェクト 管理 | 補助金調査 申請 | |

この中に着手したいのに、できていないことはありませんか？

(3) 解決方法や成果物は特定しなくてもよい

外注する場合には、課題（登りたい山）の特定だけではなく、その解決方法や成果物（登り方）まで決める必要があります。しかし、**副業・兼業人材の場合は、登りたい山だけを決めれば大丈夫**。解決方法や成果物を特定せず稼働時間に対して支払う準委任契約という手段もあります。

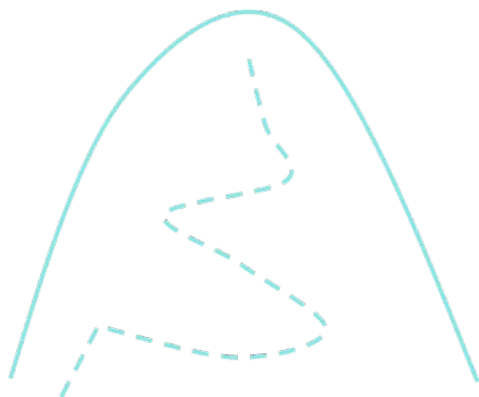


<依頼前にすべきこと>

●外注（コンサル）の場合

- ✓ 課題を決める：どこの山に登りたいか
- ✓ 解決方法や成果物を決める：山の登り方を決める

→**請負契約（納品物に対して支払う）**であることが多い
→登り方についての軌道修正がしにくい（完遂まで契約解除しにくい）



●副業・兼業人材の場合

- ✓ 課題を決める：どこの山に登りたいか
- ✓ 解決方法や成果目標を検討する：山の登り方のあたりを付ける（軌道修正可）

→請負契約だけでなく**準委任契約（稼働時間に対して支払う）**も選択しやすい
→準委任契約では、山の登り方は副業・兼業人材と一緒に進めながら考える
→登りながら、かかった時間と登った成果をみて、軌道修正したり、毎月契約更新をするか判断することができる

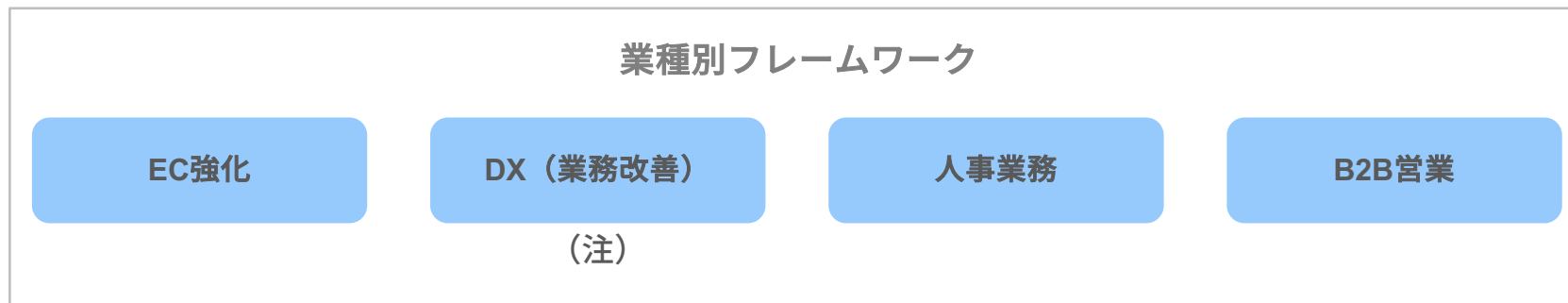
2

業務切り出しに役立つフレームワーク

(1) フレームワークの使い方

課題が「EC強化」「DX（業務改善）」「人事業務」「B2B営業」に該当する場合に活用できるフレームワークです。該当の場合、下記のように進めてみましょう。

1. ポイントや業務プロセス・分類などを参考に、具体的にやりたいことがイメージできているかを確認します。
2. 確認ポイント例を参考に質問を投げかけて、やりたいことを具体化していきます。
3. やりたいこと（登りたい山）が具体化できれば、その解決方法（登り方）を副業・兼業人材に提案してもらいませんかと、人材活用を促します。



(注) 業務改善とは、経理・総務業務から生産管理に至るまで、デジタル化によりコスト削減や生産性向上の目的とする社内業務全般が対象です。

(2) 中小企業に多い課題別フレームワーク<EC強化>

ポイント：サイト制作ではなく、「集客手段」を計画し、愚直にPDCAを回すこと

- 集客手段によってその後のやるべきことが変わります。
- 多くの失敗パターンは、この段階を飛ばしてサイト制作に入ってしまうこと。
- いきなり制作に入るのではなく、経験豊富な副業・兼業人材と一緒に集客手段を計画し、さらにその人材に運用・改善も手がけてもらうことが重要です。
- 契約終了後もPDCAを回し続けられるように、運用・改善ノウハウの社内移管・社員教育も依頼することも重要です。

確認ポイント例

- ECの目的は？ 売上増加？ 認知拡大？
- 誰に何を訴えたいか明確ですか？
- SNSのコンテンツは更新できていますか？
- 既にサイトがある場合、訪問者数や購買者数など分析できていますか？
- PDCAが大事ですが社内担当者は決まっていますか？

ECサイトを制作・運用する際の標準的なプロセス



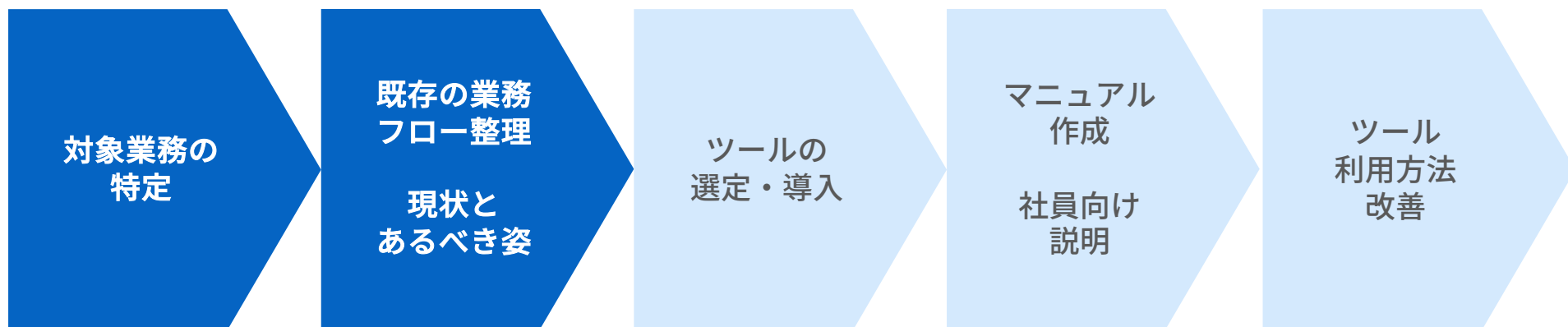
(2) 中小企業に多い課題別フレームワーク<DX・業務改善>

ポイント：前の2つの工程（対象業務の特定、あるべき姿の特定）が最重要です

- 前2つの工程に時間をかけずに、いきなりツールの選定・導入から進めるのは危険です。
- 経営者が本気で変えていきたい業務を特定する際には、既存の方法や資料を否定することが大切な最初の一步になります。
- その後、社内関係者を巻き込み、主体性を持たせながら、既存の業務フローを整理し、あるべき姿を固めていきます。
- 経験豊富な人材を仲間に迎えて、この2つ工程の深掘りが重要です。

確認ポイント例

- 手作業、手入力、紙ベースで時間のかかる業務やミスが多い業務は？
- 書類やデータを探すのに時間がかかっていませんか？
- 経営判断する上で、必要な情報はタイムリーに入手できますか？



(2) 中小企業に多い課題別フレームワーク<人事業務>

ポイント：目の前の課題を端緒に取り組むこと

- 人事業務は実現したい会社像、事業像が明確でなければ成果が出ないので、人事・組織戦略が明確であることが望ましいです。
- 但し、戦略立案に時間をかけすぎても先に進まなかったり現場の実態にそぐわなかったりすることもあるため、中小企業の場合は、まずは社員の声を聞いて、目の前の課題を端緒に取り組むことが大切です。
- フレームワークを使い、優先すべきテーマを絞り込みます。

確認ポイント例

- 社員がどうすれば昇給や昇格ができるのか、ルールは明確ですか？
- 社員面談、フィードバックはできていますか？
- ベテラン社員の後継は育成できていますか？
- 採用で成果が出ている方法は？

人事業務分類

具体例



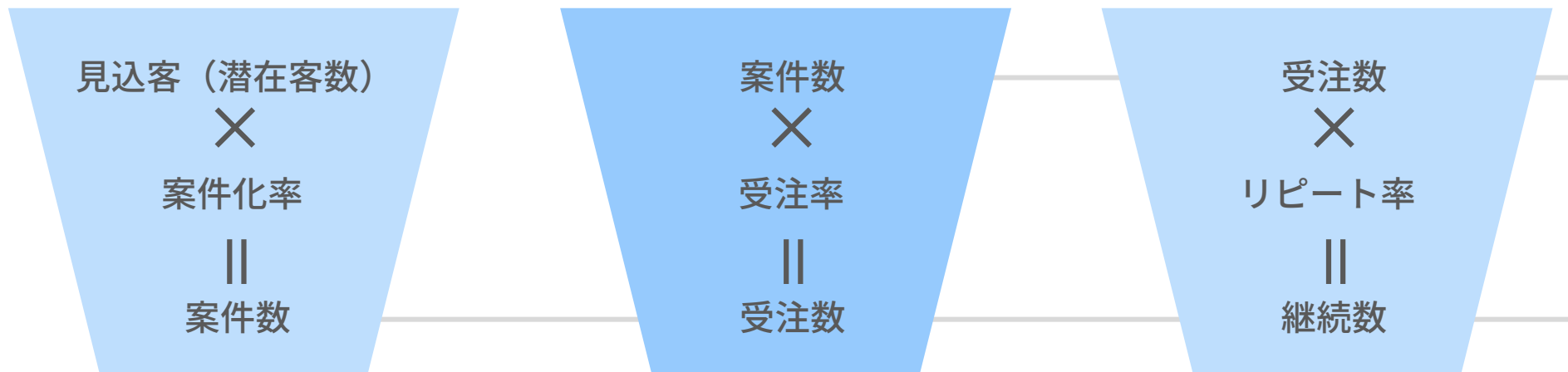
(2) 中小企業に多い課題別フレームワーク<B2B営業>

ポイント：営業プロセス上の改善点を見つけること

- 目先の数字を作るために、副業・兼業人材に対して新規顧客を開拓して欲しいという依頼がありますが、それは一時的な対処法に過ぎません。
- 大事なことは、営業プロセスの欠点やボトルネックを見つけ出し、対処することです。
- フレームワークを用いて、どこに問題がありそうなのか課題を整理し、集中的に改善・強化を図るために人材の力を借りましょう。

確認ポイント例

- 案件化率、受注率、リピート率のいずれに課題を感じますか？
- 新規顧客（見込顧客）はどのように見つけていますか？
- セールスポイントやセールストークは明文化されていますか？
- 典型的な失注要因は把握できていますか？



(例)

案件開拓に注力するだけでなく、受注に漏れがないかを確認

(補足資料)
中小企業の課題別副業・兼業人材活用事例集

食品製造/EC改善

募集企業について

① 企業情報（兵庫県神戸市）

事業内容：飲食店へコーヒーの製造・卸売販売
売上規模：1～5億円
社員数：20名
設立：1928年

② 募集背景

顧客の70%が関西圏の自営の高齢者。卸売業の売上は減少しており、関西圏外での認知度はほとんどない。しかし、コロナ禍で卸先が休業し、売上が前年同期比で55%減少。関東への販路拡大で乗り切ることを決意。

③ 募集業務内容

既存のECサイトを活用し、関東圏での新規顧客（個人消費者）の獲得をしたい。ECサイトの認知度向上、販売促進、新規顧客獲得までの組み立てをお願いしたい。

契約人材について

① 契約人材概要

- ・ 契約期間2020年6月～継続中
- ・ 電通グループや、Yahooグループにてマーケティング業務に従事。
- ・ 月額約35200円（*補助金負担分込み | 16時間/月）

② 具体的な実行内容

- ・ 現状のヒアリングやGoogle Analyticsによる分析
- ・ 購買分析及び、競合他社分析、自社訪問分析
- ・ 新規顧客獲得プランの作成

③ 具体的な成果内容

- ・ 卸先である喫茶店の取引件数が増加
- ・ リピート率は2.5倍、売上は137%増を実現
- ・ 内製化のために社員の教育にも寄与

レジャー・飲食/SEO対策・コンテンツ企画

募集企業について

① 企業情報（長野県）

事業内容：スキー場・飲食業及び、温泉事業
売上規模：10億円以上
社員数：60名
設立：1960年

② 募集背景

新規事業として宿泊事業（グランピング施設）を立ち上げており、集客を自社Webサイトで直接行いたい、そのノウハウが社内にはない。

③ 募集業務内容

宿泊事業の自社で運営するWebサイト（予約・決済機能付き）に集客をするためのSEO施策・Web広告・コンテンツ企画・運営の業務。

契約人材について

① 契約人材概要

- ・ 契約期間2019年7月～継続中
- ・ 広告代理店にて、集客のためのECサイトの構築、ブランドサイトの構築及びSEO対策などを担当
- ・ 月額160,000円（5,000円/時×32h稼働）

② 具体的な実行内容

- ・ Googleやオウンドメディアの流入キーワードの確認
- ・ コンテンツマーケティングの体制構築
- ・ オウンドメディアの記事作成
- ・ リスティング広告

③ 具体的な成果内容

稼働率も70%を超え、自社Webサイトでの予約率も80%を超えて目標を達成。

※サイト制作・運用は外部Web制作会社

飲食/ECサイト構築

募集企業について

① 企業情報（北海道）

事業内容：焼き肉レストラン運営
売上規模：10億円以上
社員数：220名
設立：1970年

② 募集背景

コロナの影響で実店舗が影響を受けているため、EC販売を育て、5年以内に焼肉店のEC販売で日本一を目指したい。社員への導入サポートもお願いしたい。

③ 募集業務内容

ネット上の自社レストランに関する情報を収集し、整理してほしい。社内外から見た自社の姿を踏まえ、新たに立ち上げるEC販売のプランを提案して欲しい。

契約人材について

① 契約人材概要

・契約期間2020年5月～継続中
・大学講師を経て、商工会議所にてブランディングからデザイン、マーケティングまで累計200社以上を支援。

・月額120,000円（2,000円/時×60h稼働）

② 具体的な実行内容

・ブランド作りのため情報のヒアリング
・ターゲット設定やブランディングイメージの確立
・ECサイトの制作

③ 具体的な成果内容

自社ブランドや強みを明確化した上で、ECサイトをオープン。社内担当者のスキルアップにもつながった。

※ECプラットフォームは外部ツール利用

商社・卸売/経理システム

募集企業について

① 企業情報（滋賀県）

事業内容 : 酒販店への酒類・食品
卸売売上規模 : 10億円以上
社員数 : 50名
設立 : 1952年

② 募集背景

卸売先である小売店の大資本化に伴い小売店の取引条件に合わせる必要性が生じたが、現社内システムでは対応できていない。

③ 募集業務内容

社内基幹システムで対応ができず、手作業で対応している会計売掛金（請求・入金）管理業務の効率化。

契約人材について

① 契約人材概要

- ・ 契約期間2020年8月～12月(5か月間)
- ・ 日立製作所グループのシステム会社30年勤務、現在は個人事業主（フリーランス）
- ・ 月額180,000円（3,000円/時×60h稼働）

② 具体的な実行内容

- ・ 効率化のための業務フローの変更提案
- ・ ITシステムの構築及び社内人材向けトレーニングや、ノウハウの共有

③ 具体的な成果内容

簡易なマクロ作成により、月60時間の業務がボタン1つ数分で完了するように。「新しい業務フローにチャレンジする」意識が社員に根付いた。課題抽出した結果を踏まえ、システム投資の検討に着手。

食品製造業/管理業務デジタル化

募集企業について

① 企業情報（宮城県）

事業内容：原料魚類の卸販売、惣菜向各種切身加工販売

売上
規模：10億円以上
社員数：90名

設立：1947年

② 募集背景

震災後、IT化も進め、事務所の仕事量は減ったはずが実質人数は増え、社員の帰宅時間は変わっておらず、人件費が負荷となっている。

③ 募集業務内容

非生産部門の事務所（営業事務・経理・総務）業務内容の再検証～改善・見直しを一緒に行って欲しい。

契約人材について

① 契約人材概要

- ・契約期間2020年9月～継続中
- ・船井総合研究所、ベンチャー企業を経て、上場IT企業の経営企画業務に従事。
- ・月額210,000円(3,500円/時×60h稼働)

② 具体的な実行内容

- ・非生産部門の事務所（営業事務・経理・総務）業務内容の現場ヒアリング、業務詳細の把握
- ・自動化すること・残すこと・止めるものを切り分け

③ 具体的な成果内容

年間の人件費300万円弱を削減できる見込（当該人員は別業務に変更予定）。

その他サービス業/経理業務IT化

募集企業について

① 企業情報（宮城県）

事業内容：医療福祉系事業者への経営コンサルティング
売上規模：1～5億円
社員数：21名
設立：2001年

② 募集背景

会計税務業務において、単純な入力作業などのルーティン業務を自動化したいが、社内に対応できる人材がない。

③ 募集業務内容

会計税務業務のうち現在手作業で行っている作業的業務について、RPAの導入により作業時間を圧縮し、生産性向上を図りたい。

契約人材について

① 契約人材概要

- ・契約期間2020年5月～7月(3か月間)
- ・キャノンにて東南アジアでの販売促進やマーケティング、新会社の立ち上げ業務等に従事。
- ・月額160,000円（5,000円/時×32h稼働）

② 具体的な実行内容

- ・課題定義と効率化後の業務設計
- ・RPAの設計及びプログラミング
- ・テスト及び導入

③ 具体的な成果内容

- ・RPA導入で手作業ゼロに
- ・契約人材とチームで活動し、社内で業務改善に対する意識が根付いた
- ・自動化開始時のトラブルを社員メンバーで対処

食品製造 販売/評価制度等の設計

募集企業について

① 企業情報（香川県）

事業内容：食品の製造、販売
売上規模：10億円以上
社員数：190名
設立：1963年

② 募集背景

- ・ 2年前に独自に評価制度を導入
- ・ 中途採用社員の処遇決定が属人的、昇格基準が属人的、評価基準がブレるといった課題がなくなる
- ・ 息子に代替わりする前に課題解決したい。

③ 募集業務内容

- ①現状の評価制度の分析、検証
- ②評価、報酬、昇格、キャリアパスの設計

契約人材について

① 契約人材概要

- ・ 契約期間2020年10月～継続中
- ・ 官庁、パナソニック、山田養蜂場にて人事業務を経験
- ・ 月額150,000円（5,000円/時×30h稼働）

② 具体的な実行内容

- ・ 経営者の考え方と現在の人事評価制度の中身との整合性
- ・ 人事評価をそのまま使用するか否かの判断
- ・ 賃金の水準や経営数字をみながら、現状分析

③ 具体的な成果内容

- ・ 評価、報酬、等級制度の設計完了
- ・ 社員説明会の実施、運用開始

産業機械部品製造/リピート率改善

募集企業について

① 企業情報（大阪府）

事業内容：産業機械部品製造
売上規模：10億円～
社員数：165名
設立：1967年

② 募集背景

- ・現況の保有データ量は非常に多いが、それを営業活動に還元できていない。
- ・社内の1-2名の担当者がスポットで分析して対応。膨大な時間がかかっている。

③ 募集業務内容

顧客販売データから営業推進に活用できる顧客ニーズデータ見える化の仕組みの構築。

契約人材について

① 契約人材概要

- ・契約期間2020年12月～継続中
- ・メガバンク、外資系金融機関勤務
- ・月額160,000円（5,000円/時×32h稼働）

② 具体的な実行内容

保有しているデータの確認と見える化のフォーマットを複数提案。

③ 具体的な成果内容

そもそもデータが体系化されておらず、取引上位顧客に限定した調査を提案（実施中）。