

# さいたま市内の副業・兼業人材活用事業とは

副業人材 ×  ×  さいたま市  
地域企業の経営力強化と活性化を推進する  
**さいたま市内企業の副業特集！**

# さいたま市内企業副業・兼業人材活用事業とは \_続き

## ABOUT

### さいたま市の中小企業を活性化する 副業人材募集とは

埼玉県の県庁所在地であるさいたま市は、政令指定都市の一つで、東北・上越など新幹線6路線を始め、JR各線や私鉄線が結節する東日本の交通の要衝となっています。

首都圏にあるさいたま市でも、昨今の少子高齢化や生産年齢人口の減少により、中小企業を中心にさまざまな経営課題に直面しています。

そういった課題を解決するため、今回、「企業の新たな価値創造と経営・事業成長」を目的に、経験豊富な副業人材の皆さまの知見やノウハウをお借りし、さいたま市に拠点を置く企業の経営力強化や活性化を一緒に推進していただきたいと思います。

# lotsfulとは

## 副業特化の業務委託型エージェントサービス

パーソルのノウハウを活かした、ビジネスサイド特化・ハイスキル現役社員の副業マッチングサービス。転職市場では出会えないスキル・ノウハウを持つビジネス系職種の人材を、タレントプランナーがスキルアセスメント・企業とマッチングし、企業の事業・組織課題をスピーディーに解決します。

88%

依頼後マッチング率

5日

最短決定日数

98%

オファー後個人承諾率



# lotsfulとは\_続き

## Companies issue

＼このような企業の課題を解決します／



新規事業開発

マーケティング

営業

人事

広報

法務・知財

ファイナンス

経営企画

カスタマーサクセス

### CASE01

#### 専門領域のプロが社内にはいない

- 参入したいマーケットの知見がなく、新規事業のアクセルが踏めない
- 専門領域の経験者がいない（マーケティング、営業、海外、人事、広報、法務、財務、CS等）

### CASE02

#### 手を動かせる人材が不足している

- 改善したい事業・組織課題があるが、リソースが足りない
- 属人的な運用を仕組み化・体制構築をしたい
- 正社員採用に苦戦している

### CASE03

#### 人材獲得のコスト・工数を削減したい

- 採用にかかる費用や工数を削減したい
- 固定費を抑えたい
- 正社員採用よりもスピーディーに現場ニーズを満たしたい





# よく頂くご質問

高年収帯の正社員として働く人材の経験を、比較的安価に事業活用することが可能  
さいたま産業創造財団補助事業として、40%相当の補助を受けることができます(2025年3月迄)

①

費用はどのくらいかかるの？専門人材だと、やっぱり高額なの？

(基本プラン) **20万円**でご活用頂くことが可能です。

さらに、2025年3月10日までの期間については  
初回3ヶ月間の期間に限り費用の **40%相当**をさいたま産業創造財団 が  
補助致します。

→(さいたま産業創造財団補助適用の場合) **12万円**

## よく頂くご質問

- ・ 正社員採用と異なり、企業規模が訴求力になることはあまりありません
- ・ 受入企業が小規模であればこそ、副業者の「貢献意欲」が高まる傾向にあります

②

企業規模を問わず活用できるの？小規模の会社でも事例はある？

ご相談の半数近くは、**社員数30名以下の企業様**です。

- 中でも、社員数 5～10名程度の企業様からは
- ・ 自社の人手不足を補うため(採用苦戦)
  - ・ 新しい取り組みを行うため知見を取り入れたい(専門知識)
- というケースで多数ご活用頂いております。

## よく頂くご質問

- 経営への参画を希望する副業希望者が多数在籍しています
- ビジネスの第一線で活躍する現役人材が、フレッシュな知見で事業に伴走します

③

経営的な相談はできるの？副業はちょっとした作業依頼だけじゃないの？

**事業戦略の立案から、自社社員の教育まで**  
課題に応じたご相談が可能です。

lotsfulの登録者の多くは、事業会社の役職者として現役で働く  
ビジネスの第一線で活躍されている人材です。

現場も知り、戦略も描ける人材がアドバイスにとどまらず  
手を動かして貴社の **事業推進をサポート** 致します。

## よく頂くご質問

- ・ 正社員採用と異なり「買い手市場(応募>求人)」であることが副業市場の特徴
- ・ 複数名の応募の中から、自社にマッチする人材を面談で確かめることができます

④

ほんとに応募は集まるの？手間だけかかって採用できないなんてことは？



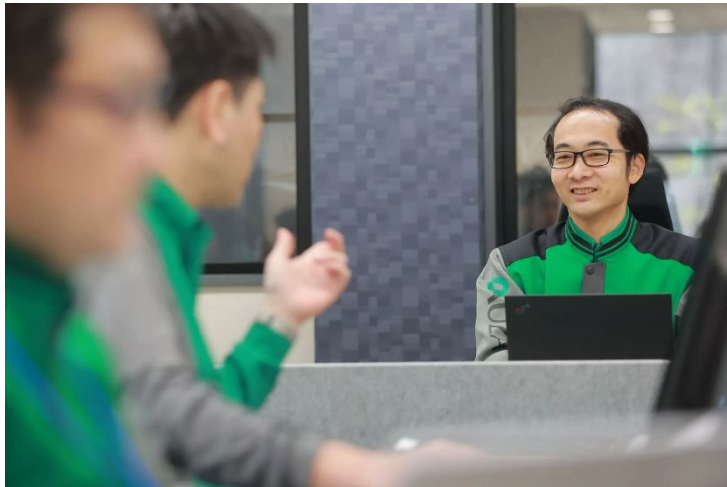
1案件に対して **平均20名の応募** が集まっています。

- 特に、地域企業様の募集の場合は
- ・ 社会人になって離れてしまった地元に、貢献したい( Uターン型動機)
  - ・ 都心部でキャリアを重ねた経験を、地域に還元したい( Iターン型動機)
- という動機で応募が集まっています。



# 事例:株式会社オーザック さま (福山市)

- ワイヤロープ端末金具の設計・製造事業における新規市場開拓支援
- データに基づく「攻め」の営業戦略を導入し、新規顧客開拓に成功



## 会社名

株式会社オーザック

## 会社概要

1945年に創業し、船、橋梁、大型クレーンやエレベーターなどに使用されるワイヤロープ端末金具の設計・製造事業を展開。そのシェアは、国内トップクラスを誇ります。その他にも吊り具（天秤、フック、ハッカーなど）のオーダーメイド設計・製造も手掛けています

## Before



受注は既存顧客からの依頼に依存しており、新規顧客開拓が課題だった



外部の協力会社は利用していたものの、副業人材の活用は未経験



社内リソースに限界があり、新しい発想や戦略が求められていた

## After



副業人材を活用し、データ分析に基づく営業戦略を導入



新規顧客のニーズをヒアリングしながら、攻めの営業を実施



副業人材のサポートにより、営業メンバーも刺激を受け、成果が出始めた

# 事例:株式会社タカハシ さま (福山市)

- 地域密着型不動産会社のWebサイトリニューアル支援
- ノーコードツールを活用し、Webサイトの内製化を成功させ、コスト削減を実現



## 会社名

株式会社タカハシ

## 会社概要

福山市に本社を置く地元密着型の不動産会社。従業員数は約60名、6拠点9店舗を構え、備後エリアの不動産会社としては最大規模を誇っています

## Before



自社のWebサイトの改善を必要としていたが、Web制作経験者が社内になかった



既存のWeb制作ツールが高コストで、どのツールを選ぶべきか判断できない状況



Webサイトの公開に向けたサポートとノウハウが不足していた



## After



フリーランスの副業人材の協力により、ノーコードツール「BiNDup」を導入



Webサイト制作に必要なノウハウを学び、操作マニュアルの提供を受け内製化を実現



リニューアルがスムーズに進行し、情報の整理や公開作業が効率的に完了

# 事例:株式会社三原三共アメニティさま (三原市)

- ・ シロアリ・害虫駆除や床下施工を専門とする地域密着型企業の採用・マーケティング戦
- ・ SNSマーケティングや採用戦略の強化により、人手不足を解消し、集客力を向上



## 会社名

株式会社三原三共アメニティ

## 会社概要

シロアリ・害虫駆除や床下施工を専門に行う  
1965年創業の地域密着型の企業です。

## Before



人手不足と集客の課題を抱えており、採用エージェントを活用しても成果が得られていなかった



SNSマーケティングの知識や採用戦略が社内に不足しており、改善が必要だった



経営の厳しさが増しており、BtoBtoCモデルの見直しが求められていた

## After



副業人材を活用し、SNSマーケティングによる集客と、採用戦略の見直しを実施



社員4名と連携し、Instagramを中心としたSNS活用を内製化し、HPへの集客を強化



採用戦略では、ペルソナ分析に基づきターゲットを明確にし、採用活動を強化して成功

# 事例: 有限会社近藤加工所 さま(東員町)

- 副業人材と共にベビー用品の開発に取り組み、2023年12月にD2Cブランドをローンチ。
- 商品の企画・開発からEC運営まで幅広くサポート。



## 会社名

有限会社近藤加工所

## 会社概要

40年続く縫製会社で、楽器ケースや介護用品などを製造。副業・兼業人材を活用して新規事業としてD2Cブランドを立ち上げ。

## Before



コロナ禍により事業を継承し、新規事業の立ち上げを検討。



子育て世代のスタッフの意見をもとに、ベビー用品D2Cブランドを立ち上げることを決意。



行政からの補助金を活用し、副業・兼業人材のサポートを受けることに。

## After



副業人材小谷氏を迎え、商品企画、撮影、EC運営、マーケティングまでをサポート。



新しいスタッフの採用も進み、事業の自走化が進展。



ベビー用品の3点セットを開発・販売し、新ブランド「LIRY OF VA」を無事ローンチ。

# 事例：株式会社オプティマインド さま(名古屋市)

- 副業人材を通じて事業開発・経営に貢献。
- 副業から正社員への移行でミスマッチの少ない採用を実現。



## 会社名

株式会社オプティマインド

## 会社概要

ラストワンマイルのルート最適化サービス「Loogia」を開発。副業をきっかけに正社員採用を実施。

## Before



ビジネスサイドの専門人材不足を副業で補完。



梅沢氏をマーケティングの副業人材として採用、経営課題にも取り組む。



梅沢氏をマーケティングの副業人材として採用、経営課題にも取り組む。

## After



1on1での関係を深め、2023年1月に正社員として迎え入れる。



経営課題への対応と新規事業の立ち上げに関与。

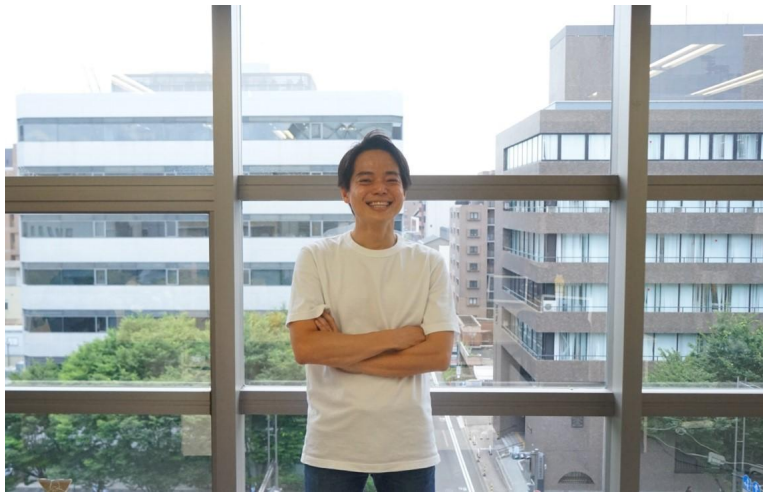


ベビー用品の3点セットを開発・販売し、新ブランド「LIRY OF VA」を無事ローンチ。



# 事例:株式会社 S-fleage (京都市)

- 人事やマーケティング分野で5名の副業人材を活用。
- SEOやコンテンツマーケティング、採用戦略で実績を上げ、社内のクオリティ向上に成功。



## 会社名

株式会社S-fleage

## 会社概要

デジタルマーケティング支援、リードジェネレーション支援を行うスタートアップ。副業を活用し、首都圏の専門人材を採用。

## Before



京都拠点のスタートアップで、首都圏の人材採用が困難。



デジタル戦略の核となる事業は社内に対応し、時限的なプロジェクトは外部人材(副業)を活用。



副業人材を人事採用戦略、マーケティング戦略に投入し、業務を推進。



## After



5名の副業人材を活用し、人事やSEO、コンテンツマーケティングを強化。



社内メンバーのクリエイティブ能力向上を図り、トレーナー役としての副業人材が成果を上げた。



プロジェクトにおいては、副業人材の活躍で迅速な意思決定が可能に。



## 事例:株式会社下堂菌 さま(鹿児島市)

- 日本茶の卸売事業(BtoB)から、小売事業(D2C)への転換支援
- ECサイトの改修、Web広告への戦略的な取り組みで、3ヶ月で売上創出を実現



### 会社名

株式会社 下堂菌

### 会社概要

鹿児島で約70年にわたり日本茶の生産と販売を行なう。売上の約9割を占める卸売業から、消費者へ直接アプローチするBtoC事業の事業立ち上げに成功。

### Before



売上が減少傾向にある中で、販路開拓の必要性(販路拡大)



BtoC領域に踏み出したいものの、知識が不足(専門知識)



Web代理店への依頼は予算確保が困難(活動予算の制約)



### After



ECサイト企業の経験者が、直販事業開拓(新規事業起案)



今後を見据え、直販ノウハウ内製化も実現(専門知見活用)



1名×3ヶ月の期間で、広告流入の獲得(活動予算の制約)