



頼れる副業プロ人材がここにいる



三重県の未来を共に創る



副業・兼業人材活用 事例集

公益財団法人三重県産業支援センター
三重県プロフェッショナル人材戦略拠点

INTERVIEW - 1

副業人材との 出会いで広がる販路— 山端鉄製作所の挑戦

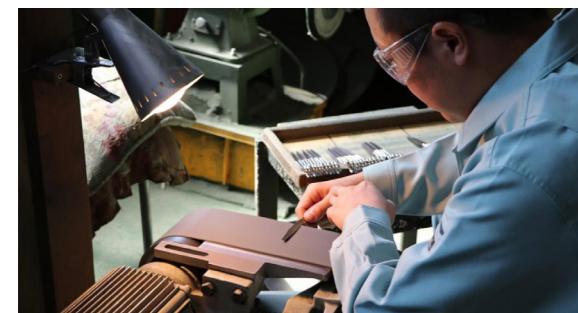
■職人技が光る“手作り鉄”の魅力

—まず自己紹介と会社の事業紹介、商品の特徴について教えてください。

有限会社山端鉄製作所の代表取締役、山端 兼匠と申します。弊社は理容師さん、美容師さん向けの鉄を製造しており、西日本を中心に展開しています。

—親子で経営されていると伺いました。この道に入られたきっかけを教えてください。

父が鉄を造る姿を幼い頃から見て育ち、鉄は身近な存在でしたが、当時は「継ぐ」という意識はありませんでした。しかし高校を卒業してしばらく経った頃、ものづくりに興味を持ち始め、改めて父が手作業で鉄を仕上げる姿を間近で見る中で、「やってみよう」と思い立ちまして。実際にこの世界に入ってからは15～16年ほどになります。



—理美容鉄とひと口にいっても、その種類や用途は様々ありますね。どういった点に違いがあるのでしょうか。

理容師さんや美容師さんの体格や学んできたスタイルによって好みは異なりますし、切り方にも特徴があります。たとえば直線的に「パツン」と切るスタイル、髪を逃がしながら切る「スライドカット」、毛量を調整するスキバサミなど、それぞれに適した鉄が必要です。



三重県松阪市に工房を構え、1988年の創業以来、

理容師・美容師向けの鉄(はさみ)を手作りで製造している有限会社山端鉄製作所。

これまで主にOEMを中心に関連してきた同社ですが、

「もっと多くの美容師に直接商品を届けたい」という思いから、

事業・営業戦略の策定に携わった経験のある副業人材の導入に踏み切りました。

今回は、副業人材との取り組みや今後の展望について、代表取締役・山端兼匠さんにお話を伺いました。

素材にも種類があり、適切なメンテナンスをすれば10年ほど使えるものですが、流行や新しい技法の広がりに応じて新しい鉄を求める美容師さんも多くいます。そのため、弊社では注文があってからお客様をお待たせしないよう、できる限り在庫を抱えて迅速に対応できる体制を整えています。

—山端鉄の特徴を教えてください。

弊社の最大の特徴は「職人による手作り」です。現在は機械化や量産化が進み、また職人不足も深刻な問題となる中で、手作りで一丁一丁仕上げる工房は全国的にも少なくなっています。きめ細やかな調整や繊細な仕上げを行うことで、理容師さんや美容師さんにとって「手に馴染む一本」を提供できるのが強みです。



■副業人材導入への挑戦

—今回、副業人材を導入しようと思ったきっかけは何ですか？

現在はOEMを中心に展開していて、なかなか理容師さん、美容師さんに直接商品を届けることができないのが課題でした。また、販路が西日本中心で、東日本にも広げたいと考えていたところ、プロフェッショナル人材戦略拠点のセミナーを受けた知人から紹介してもらい、初めて副業人材の制度を知りました。初めは不安もありましたが、「まずやってみないと分からない」と思い、挑戦を決めたのが経緯です。

—現在の人材を選んだ決め手を教えてください。

多くの方に応募いただき、面談を重ねる中で「自分たちにない視点を持っている」と感じた方を選びました。その方は東京在住で美容業界にも詳しく、美容師さんのリアルな声を拾えるのではと期待しました。最初は週1回ほどリモートで打ち合わせを行いましたが、現在はLINEでグループを作り、私の妻も交えた3人で常に情報共有をしています。「疑問点があればいつでも相談してください」と言っていただいて、すぐに質問できる環境なのでとても心強いです。



—副業人材にはどのような役割をお願いしましたか？

当初は「理容師さんや美容師さんに直接、商品を届けたい」と思っていたのですが、なかなか難しく、まずはSNSを使った情報発信を強化しようと方向転換をしました。

最初に取り組んだのはSNSの整理です。やみくもに投稿しても成果は出ないので、「誰に」「どの順序で」届けるかを考えたうえで計画的に発信していくことが大切だと学びました。もともと自己流でInstagramは使っていたのですが、まずは副業者のアドバイスでターゲットを絞ったアピールなどの改善を取り組みました。

フォロワー数は少しづつ増えてきていて、先日も県外から商品を買いに来てくれた方もいて、効果は出ているのではないかと思っています。

■直接販売への広がりを目指す

—今後の目標について教えてください。

現状は代理店経由やOEMが中心ですが、今後は理容師さんや美容師さんに直接販売できる体制を整えたいと考えています。オリジナル商品にも対応可能ですし、販路を全国へ広げていくことが大きな目標です。SNSの活用で認知度の向上は大事だと思います。



—最後に、副業人材活用を考えている企業へメッセージをお願いします。

副業人材を活用することで、新しい知識や視点を得ることができます。もちろん、業種や職種によって向き不向きはあると思いますが、合う領域であれば大きな力になるはずです。迷っている企業があれば、ぜひ一步踏み出してみてほしいと思います。



大正創業の 老舗はちみつ店が 「人材戦略」で副業人材を活用



—まず初めに、会社概要について教えてください。

株式会社 松治郎の舗は、大正元年に創業したはちみつの専門店で、今年で113年目を迎えます。もともとは養蜂業、つまりミツバチを飼育してはちみつを採取することから始まり、現在も養蜂は続けていますが、その後、自ら採れたはちみつを製造する「製造業」へと事業を広げました。さらにBtoC向けの商品展開として「株式会社 松治郎の舗」を立ち上げました。



現在は、三重県松阪市内に1店舗、伊勢神宮内宮門前町の「おはらい町」に1店舗の直営店を構え、そのほか、県内のサービスエリアなどにも店舗を展開し、主にBtoC向けのはちみつ専門店として営業しています。

また、当社の強みである希少な国产はちみつを中心に扱っていることから、コロナ禍が始まる少し前より、首都圏の大手百貨店や高級スーパー、ホテル、フレンチレストランなど、こだわりを持つお取引先との関係が広がり、現在ではBtoBも拡大してきています。

■地方企業が直面する人材不足と副業人材活用

—副業人材を活用することになったきっかけは何ですか？

地方企業として、特にマーケティングやプロモーションといった分野の人材を地元だけで確保するのが難しかったことが大きな理由です。製造や現場の業務とは違い、商品を広く届けるための専門スキルが足りない。そこで「副業人材」という選択肢を知り、外部のノウハウを取り入れてみようと考えました。

—副業人材をどのように募集・採用されましたか？
面談の印象や決め手は？

各業務で募集をかけ、多くの応募をいただきました。面談はほぼ100%オンラインで行い、その中で「この方なら任せられる」と感じた方と契約したのが経緯です。ただし、オンライン面談だけではその方の日常業務の様子までは分かりにくいため、面談での印象や実務経験のお話を採用時の判断としました。

—副業人材には具体的にどんな業務を依頼しましたか？

弊社の業務内容はマーケティングや商品開発、広報PRなど多岐にわたっており、依頼内容も分野ごとに異なります。例えば営業サポートに関しては、実際に首都圏での営業活動を担っていただきました。また、商品開発では新商品の提案を行っていただき、広報PRでは広報活動を実際に進めてもうなど、それぞれの分野で取り組んでいただいた形です。

創業は大正元年(1912年)、

三重県松阪市で老舗養蜂園直営のはちみつ専門店を運営する「株式会社 松治郎の舗」。

国産はちみつ、加工品、はちみつコスメなどを手がける専門店として事業展開するなか、

「マーケティング」「プロモーション」分野の人材不足を補うための副業人材を活用しました。

今回は副業人材採用の経緯や実際の様子について、代表取締役の水谷俊介さんにお話を伺いました。

—成果はいかがでしたか？

社内の人材だけではなかなか難しい分野の仕事をやってもらえて、考え方を教えてもらったのはよかったです。ただ、皆さん、知識はあるのですが、「副業」としてかかわってもらっているので、本業とのバランスや、どこまで主体的に関わってもらうのか？という部分では難しい面もありましたね。



■規模拡大のためにプロの力を求めたい

—副業人材に求めたいことや、このような人材なら活用したいというものがあれば教えてください。

副業というと、どうしても空き時間で業務を補助するイメージがありますが、私どもが求めているのは、「副業」という枠ではなく、まさに「プロフェッショナル人材」なんです。つまり、1つのタスクに対して責任を持ち、プロとして業務を完結してくれる「請負人」のような方ですね。こうしたプロフェッショナル人材であれば、今後もぜひ活用していきたいと考えています。

—今後の展望がありましたら、ぜひお聞かせください。

まだ規模の小さい会社ですから、今後は規模を拡大していくために、プロダクトやセールス、そしてマーケティングの部分をさらに強化していく必要があると考えています。そこには必ず社外人材の力が必要になってきますので、支えてくださる

方をこれからも求めていきたいですね。そして、そうしたいい人材との出会いを目指しながら、引き続き営業活動にも力を入れていきたいと考えています。

—最後に、県内の企業で副業人材を検討している方へメッセージをお願いします。

業種によって、求められる人材はさまざまだと思いますが、副業人材は比較的取り入れやすいと思います。業務委託契約ですので、契約期間が終われば終了となり、契約内容もそこまで厳しく縛られるものではありません。そのため、興味があれば、まずはチャレンジしてみると自体に大きな問題はないのではないかと思います。

ただし、大事なのは「自社がどこまで、何を求めるのか」を明確にすることです。私どものようにプロフェッショナルとして高い専門性を発揮してほしい場合には、採用の段階でしっかりと精査する必要があります。「社内で手が回らない部分をサポート的に手伝ってほしい」という目的であれば、副業人材の活用は非常に有効だと思います。



精密部品製造業の新卒採用支援



企業情報

企業概要 桑名市／精密部品製造業／従業員数約 350 名

募集テーマ 新卒採用戦略構築 金額 5万円／月

名古屋に近く、交通の利便性が高い利点があるが、新卒採用では流出が多く苦戦。社内に新卒採用のノウハウは乏しく、採用の戦略構築と伴走支援可能な人材を募集。



人材情報

人材について 東京都在住／30代 人事のプロ



活用の効果

採用戦略 「新卒採用」と「中途採用」に違いを認識し、「新卒採用」に向けた体系を構築。

成 果 採用担当者が自分で対応すべき項目内容を理解し、意識改革に繋がった。

自動車学校の新規事業支援



企業情報

企業概要 鈴鹿市／自動車学校運営／従業員数約 40 名

募集テーマ 新規事業立ち上げ支援 金額 5万円／月

人口減少の中、将来性に不安がある自動車学校以外の事業の柱を育てたい。現有資源を生かした新規事業におけるアイディア出しから、実行支援まで、主体的に関わってくれる人材を募集。



人材情報

人材について 三重県在住／60代 事業開発のプロ



活用の効果

新規事業 高齢者が集まる自動車学校の特性を活かし「運転寿命延伸」を目指す高齢者向けフィットネス開業。

成 果 新規事業開業後1年で黒字化達成。

機械設計業の販路開拓支援



企業情報

企業概要 朝日町／機械設計業／従業員数 7 名

募集テーマ 販路開拓支援 金額 3万円／月 + 成果報酬

小規模な組織のため、営業は代表が一人で行っている状況。将来を見据え、どの業界に、どんな方法でアプローチをするか？という戦略策定から伴走支援まで、主体的に関わってくれる人材を募集。



人材情報

人材について 東京都在住／30代 販路開拓のプロ 他



活用の効果

営業戦略 顧客に持参する会社案内作成など、営業効率向上に向けた展開の実行。

成 果 新規受注獲得、今後の拡大に希望あり。

醤油製造業の新商品プランディング



企業情報

企業概要 津市／食料品製造業／約 20 名

募集テーマ ブランディング 金額 5万円／月

他社と共同で、新商品・甘くないかりんとうを考案。商品の発売にあたって、廃棄物を減少させた商品の特注も PR し、今後の販売戦略を一緒に考えてくれる人材を募集。



人材情報

人材について 関西在住／40代 食品のプロ



活用の効果

商品訴求 女性目線で商品コンセプトを明確にし、味付け、ネーミングやパッケージ作成から PR 文、POP の作成まで進めることができた。

成 果 新商品開発に向けた現実的アドバイスの提案。



まずは
三重県プロフェッショナル人材戦略拠点に
ご相談ください

副業・兼業プロ人材のマッチングの流れ

当拠点より最適な採用方法と厳選した人材紹介会社をご案内しますので、
安心して副業・兼業プロ人材の募集を開始することができます。



お問い合わせ

公益財団法人三重県産業支援センター
三重県プロフェッショナル人材戦略拠点

TEL : 059-253-3888 FAX : 059-228-3800
MAIL : projinzai@miesc.or.jp

WEB サイト

<https://mie-projinzai-fukugyo.jp/>

