

Weekly コラム

令和5年9月19日

〒541-0055 大阪府中央区船場中央 2-1

船場センタービル 4号館 4階

船場経済倶楽部

Tel 06-6261-8000

(NPO法人 SKC 企業振興連盟協議会) Fax 06-6261-6539

人の輪・衆智・繁栄

活動方針



当団体は、異なる業種の経営者が相集い、力を合わせ、自らの研鑽と親睦を通じて、斬新な経営感覚と新たな販売促進を創造して、メンバー同士でより健全な事業所とその事業所のイメージアップを図り、地域社会に貢献できる事業所となることを目的とする。

中小企業における 外部人材の活用

近年は、中小企業においてもフリーランス人材や副業人材など、社外の人材を活用しやすい環境が整ってきています。

中小企業庁編「中小企業白書2022年版」では、中小企業に対して実施したアンケート調査の結果に基づき、中小企業における外部人材の活用の現状と課題について整理しています。

まず、外部人材の活用意向について業種別にみると、情報通信業では外部人材を「既に活用している」企業の割合が6割程度と高くなっていますが、そのほかの業種では2割から3割程度となっています。

つぎに、外部人材を活用したい分野について従業員規模別にみると、規模が小さい企業では「営業・販売促進」の割合が相対的に高く、規模の大きい企業では「IT導入」や「新規事業開発」の割合が相対的に高くなっています。

外部人材の活用意向がある理由について従業員規模別にみると、規模にかかわらず「専門的な技術やノウハウを活用するため」や「人手不足を補うため」が上位となっています。その中でも従業員規模が5～20人の規模が小さい企業では、「人手不足を補うため」の割合が高い一方で、規模の大きい企業では、「専門的な技術やノウハウを活用するため」の割合が高くなっています。

外部人材の活用状況別に、活用にあたっての課題・障壁についてみると、活用有無に関わらず、「フリーランスや副業人材の能力の見極め」と回答した割合が最も高くなっています。

活用の有無別にみると、「活用したことはないが、活用してみたい」企業では、「フリーランスや副業人材との出会い・マッチング」や「労働条件や契約条件の調整」と回答した割合が、「既に活用している」企業と比較して相対的に高くなっています。

では、中小企業における外部人材の活用においては具体的にどのような取組みが行われているのでしょうか。そこで、中小企業庁編「中小企業白書2022年版」において、副業人材の専門性を活用してBtoC市場に新規参入を果たした中小企業の事例として紹介された、株式会社吉備総合電設（鳥取県鳥取市）の取組みについてみていきましょう。

同社は、企業向け電気設備や消防防災設備などの工事のほか、消防設備保守点検、消防防災用品の販売事業を営む企業です。同社社長は、安定した収益が確保できる保守点検部門及び販売部門の売上比率を高めるためのBtoC市場への新規参入と同社の知名度の向上を重要課題と捉えていました。こうした課題に対し、BtoC市場のECサイトを通して一般消費者向けに販路を開拓しながら会社をPRできればと考えていました。しかし、社内にECサイト立ち上げのノウハウがなく、経営企画やマーケティングができる人材確保が課題となっていました。

そこで取引先金融機関から、鳥取県が主宰する「とっとりプロフェッショナル人材戦略拠点」の活用を勧められました。この仕組みを利用し、防災グッズを販売するECサイト立ち上げ人材の募集をかけ最終的にIT関連企業の会社員を候補者として絞りました。副業人材との契約は、1か月ごとの契約更新による月額による業務委託料の支払いで合意しました。

約2か月間でECサイトが完成し、PRの面ですぐに効果が現れました。ECサイトを立ち上げたことで、地元の工業新聞や人材系情報誌などから取材を受けるなど、同社への問合せが増加しました。

このように専門性を持った人材の知見やノウハウを活用できることが外部人材活用のメリットとしてあげられるのです。

記事の内容に関するお問い合わせは事務局までご連絡ください。

ウィークリーはメールでの配信も行っております。お手数ですが、「メール希望」「配信停止希望」と件名にご入力の上、

skc-soudan@skc.ne.jp まで空メールをご送信ください。また、FAX 不要の際は、その旨をお電話にてお申しつけください。