

「労働供給制約社会における中小企業の人材戦略」

～成長実現に向けた外部人材の活用～

2026.2.17

一般社団法人とっとりプロフェッショナル人材戦略拠点
代表理事 松井太郎

問題提起①：労働市場の構造変化

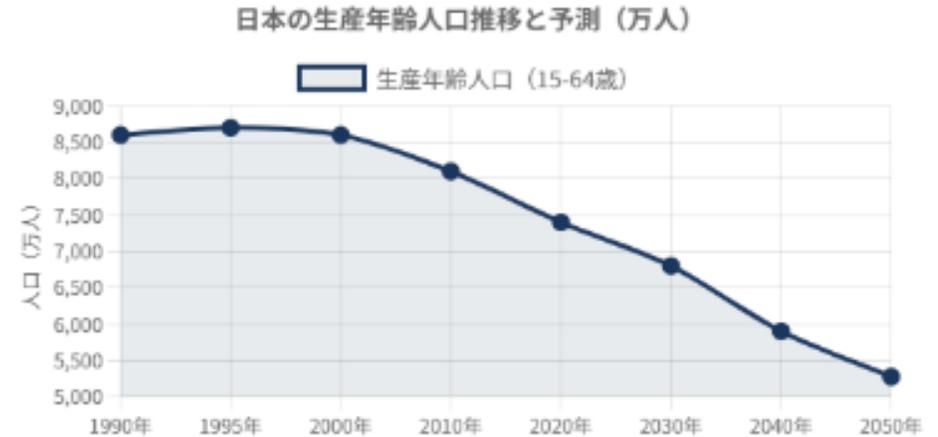
- 2035年に約384万人の人手不足が発生予測
(パーソル総合研究所調査)

- 生産年齢人口:1995年をピークに減少
2050年には約5,275万人にまで減少見込み

- 人手不足倒産:2024年に342件発生
(2013年調査開始以降、2年連続過去最多)

- 専門人材の都市部集中により
地方企業ほど人材採用難が顕著に

- 正社員採用は固定費化リスク
景気変動・最低賃金制度による財務負担が大きい



副業容認企業

64.3 %

副業受入企業

29.1 %

副業実施者割合

10.7 %

出典：総務省統計局、パーソル総合研究所、帝国データバンク (2025年1月調査)

問題提起②：なぜ今“副業・兼業”が語られるのか

• DX、マーケティング、HRで求められる
⇒専門性が急速に高度化

• “小さな投資”で専門知識にアクセスする
⇒手段としての副業人材活用

• 副業・兼業市場の成長
⇒容認率64.3%、副業実施者割合10.7%

• 副業・兼業登録者数：前年同月比198%増
⇒副業人材の急速な拡大、非消費者の消費者化

• 企業の副業・兼業受入率：29.1%
⇒中小零細企業を中心に増加傾向



副業容認企業率 (2025年)

64.3 % ↑+3.4pt (前年比)

副業人材登録者数の伸び率

198 % ↑前年同月比

副業受入企業が求める上位スキル

DX・マーケティング・HR

出典：パーソル総合研究所「第四回 副業の実態・意識に関する定量調査」(2025年)

副業・兼業とは何か？(基礎情報)

※本業以外で時間を限定してスキルを提供する働き方

•「空いた時間でアルバイト」的な人はいない
専門スキル提供型が増加

•専門分野の例:

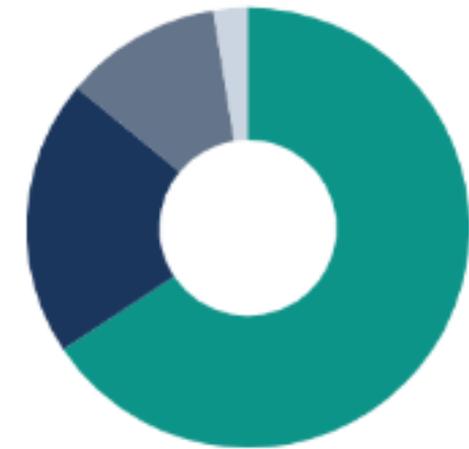
DX / マーケティング / 組織開発 / HR など

•契約形態:業務委託が中心(65.7%)

雇用契約ではない、月3万円からの報酬で活用可能

•理解のコツ:“ジョブ型のミニ版”として捉える
(職務範囲が明確である程度の成果責任を伴う)

副業の契約形態 (%)



■ 業務委託契約: 65.7%

■ 雇用契約 (アルバイト・パート): 20.3%

■ フリーランス (個人事業主): 11.5%

■ その他: 2.5%

出典: 東京都産業労働局調査 (2025年)、パーソル総合研究所

どんな場面で有効か(できること)

☑ 副業・兼業人材の力が最も発揮される場面

- 社内にはない”専門知“をピンポイントで導入したいとき
- 3～6か月など”期間限定の知恵”が必要なとき
- 新規事業やDXの立ち上げフェーズでの伴走支援
- 業務改善・採用設計など社内で未経験の領域に挑むとき
- 客観的・外部視点の獲得(社長の壁打ち相手含む)



どんな場面で向かないか(期待値の調整)

• **フルタイムの運用**が必要な仕事
日常的な業務量が多く、常時対応が必要な場合

• **完全常駐が前提**の部門運用
物理的な出社や常時のオンライン待機が必要な場合

• **指示待ち人材が多い組織**
自律型で動く専門人材の主体性が活かせない環境

• **根回し・政治的調整が多い案件**
社内の力学や人間関係の理解が欠かせない状況

✓ 「副業・兼業は万能ではない」ことを最初に経営者と共有

※ 効果的な副業・兼業人材活用のためには、適切な範囲設定と役割分担が重要


時間的制約
(週5日×8時間の稼働は不可能)


物理的制約
(常駐前提の業務は困難)


組織的制約
(社内政治・根回しが必要な案件は不向き)

副業・兼業
は
「代替案」
ではなく
「補完策」
と位置
づける

副業・兼業人材の価値はどこにあるか

① 低リスクで専門性へアクセス

・正社員で年間500万～800万円の専門人材を、月10～20時間程度の業務委託で、しかも月3万円の報酬から可能

② 固定費ではなく変動費

・必要な期間だけ柔軟に契約・調整が可能

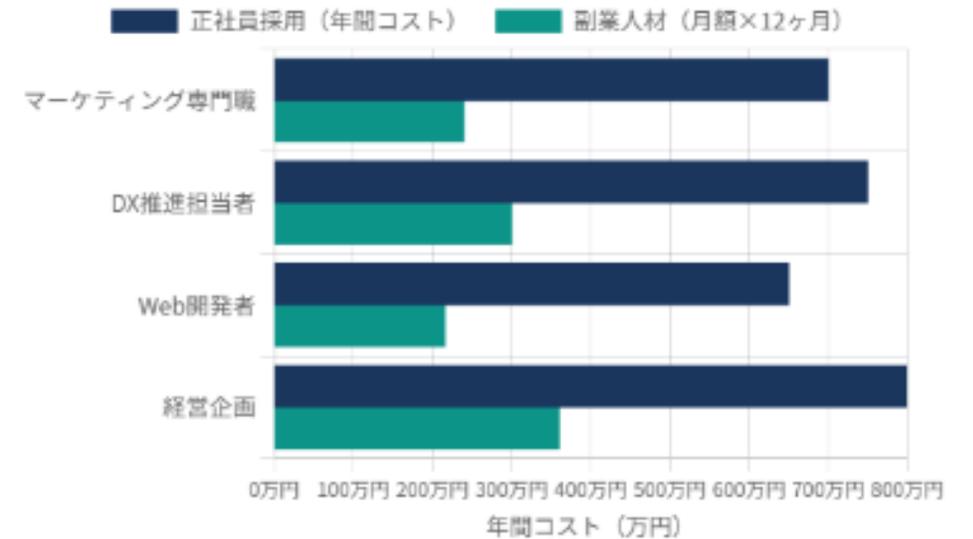
③ 外部視点がイノベーションを生む

・同質性の高い組織では得られない異なる業界・企業経験からの知見共有

④ 事業スピードの加速

・経営者が「何を知らないか」を知るきっかけに、意思決定の質とスピード向上

正社員採用と副業人材のコスト比較



※正社員は年間コスト、副業人材は月額×12ヶ月で年換算

出典：経済産業省 兼業・副業に関する実態調査 (2025年)

典型的な活用パターン(4種類)

① 専門家スポット投入型

- 人材採用設計／営業プロセス改善などの特定業務を短期間で実施

② 立ち上げ伴走型

- 新規事業／EC開始／海外展開の初期検討など

③ 経営の壁打ち／顧問型

- 人事制度、組織開発、事業計画など客観的視点が価値

④ チーム育成・社内変革型

- 若手育成／現場の業務改善支援を通じて、内部人材のスキルアップ効果を生み出す



成功のポイントと失敗パターン

成功のポイント

- ① 目的を人ではなく、成果に置く
何を達成したいのかを明確にし、人材ありきではなく、成果志向で考える
- ② 使う側の準備で成果が決まる
課題、範囲、期待する成果物を事前に明確に定義する
- ③ 伴走コミュニケーション設計
週1～隔週の定例ミーティングを設定し、議事録メモで進捗を可視化
- ④ 社内の理解づくり
反対勢力には事前に説明し、協力を得るための根回しを行う

VS

失敗パターン

- ① 丸投げ
指示だけ出して放置→動いてくれないと不満を持つ悪循環
- ② 依頼内容が曖昧
何をどこまでやるのか事前合意がない
- ③ 社内の嫉妬、抵抗
内部の反発により活用が停滞、中断
- ④ 業務委託の線引きを誤る
雇用と混同した指揮命令や時間拘束
- ⑤ 安価な「なんでも屋」と誤解
専門性を活かさない役割で互いに不満

最初の一歩とミニ事例

☑ まず社長がやるべき5つのこと

① 自社の課題マップを作成

- ・現在抱えている経営課題を緊急性と重要性の観点で整理

② 「社内にはない専門知」を3つ書き出す

- ・「これができる人材がいたら」と思う専門領域をリスト化

③ 3か月で解決したい“ミニ課題”を1つ選ぶ

- ・大きすぎない、短期間で成果が出やすいテーマを選定

④ 期待するアウトプットを言語化

- ・「何を、いつまでに、どのような形で」具体的に明確化

⑤ 候補者を3人見て比較する

- ・プロフィールを見比べ、自社に最適な人材を選定

副業人材活用の成功事例

🏭 地方製造業：採用広報の強化

採用広報専門の副業人材を起用し、採用サイトと採用プロセスを刷新。若手人材に向けた発信を強化。

応募者数 → 0人 → 10人/月

🛒 中小小売：ECサイト立ち上げ

EC運営経験を持つ副業人材がサイト設計から集客施策まで支援。週1回のミーティングで進捗確認。

EC売上 → 月30万円 → 150万円

🏗️ 建設会社：現場管理DX化

デジタル化に詳しい副業人材が現場管理ツールを導入。帳票作成や進捗管理をデジタル化。

残業時間 → 30%削減

※実際の成果は各社の取り組み内容や環境によって異なります。