



挑戦が、加速する。



# 佐賀型 副業人材活用モデル

— 実践事例集・ガイドブック —

株式会社香蘭社 原田株式会社 有限会社大望閣

人手不足が深刻化する中、  
ITやデザインなどの専門人材を確保することは、  
企業にとって年々難しくなっています。  
こうした課題に対する一つの答えが、  
「副業人材」の活用という選択肢です。

本冊子は、副業人材の活用経験がない県内企業3社にご協力いただき、  
実証的に副業人材活用に取り組んだプロジェクトをもとに作成しました。

プロジェクトを通じて見えてきた、  
佐賀に根ざした県内の専門人材と取り組む  
「佐賀型」副業人材活用の事例とポイントを紹介します。



# INDEX

## はじめに

### 01 企業インタビュー

1. 株式会社香蘭社
2. 原田株式会社
3. 有限会社大望閣

### 02 副業人材活用ガイド

1. 副業人材活用とは？
2. 「自社の課題」を把握しよう
3. 副業人材を探してみよう
4. 契約のポイントを押さえよう
5. 「インボイス制度」
6. 成功の鍵は「コミュニケーション」



管理本部/経理部/DX課課長 福川 誠氏[左]・取締役/管理本部部長兼経理部部長 樋口 泰信氏[右]

外部の視点が「当たり前」を壊す。

老舗企業が副業人材と見つけたDXの正解。

—— このプロジェクトが実施される以前、会社としてどのような課題を抱えていましたか

私たちの課題は、会社としての意思決定や改善策の実行に十分なスピード感を持っていなかったことです。

老舗の製造業という背景もあり、業務はアナログが中心でした。社内にはデジタル化への心理的な抵抗感が根強く、現場の理解を得ながら進めることに時間がかかっていたのです。加えて、DXの担当者は1名のみで、通常業務と並行しながら改善を推進するにはリソースが不足していました。

その結果、情報共有や業務管理の一元化が思うように

進まず、課題の整理から実行、改善までのサイクルを回しきれない状況でした。

—— 今回、副業人材活用に挑戦しようと思われた理由を教えてください。

費用負担が少なかったことが大きな理由です。また、佐賀県から提案をいただき、担当者の熱意に感銘を受けたことも後押しになりました。

副業人材の活用を契機として、老舗企業である当社内の意識変革を促したいという思いから、導入を決断いたしました。

## 人材活用の背景と成果

**背景** IT担当1名とアナログな組織。  
DX停滞を打破する挑戦

老舗製造業として業務の多くがアナログ中心であり、デジタル化への心理的な抵抗感も根強かった。DX担当はわずか1名で、通常業務と並行して改善を進めるリソースが圧倒的に不足。結果として情報共有や一元管理が進まず、意思決定や改善策の実行にスピード感を持っていないことが課題であった。この閉塞感を打破し、組織の意識変革を促すため人材活用を決定した。

**成果** 副業プロとの対話で実現。  
社内ポータル構築と自立的改善

対話を通じて真の課題が情報の一元管理にあると再定義し、社内ポータルサイトを構築。最大の成果は「社内の動き方がプロジェクトを左右する」という気づきを得たことである。定期的な社内会議の習慣化やITに強い社員への自発的な働きかけなど、外部に頼り切らず自ら動く風土が芽生えた。客観的視点と密な対話が老舗企業の主体性を引き出し、業務改善の好循環を生む結果となった。

副業人材と企業がつながれる機会が広がれば嬉しいです。

副業人材

File 1

## ● 副業人材の業務内容

AIを使用した業務改善・社内ポータルサイト構築。(社員向けの情報共有/業務に必要な規定、申請書、マニュアルなどを一元管理/日々の伝達事項や経営情報を表示)

### 【経歴】

西田/看護師経験20年以上。kintoneやGoogleサービス、AIを活用した業務改善を企業・病院向けに展開。矢羽田/SoftBankショップにて課長を歴任。AIやITツールを使った社内DXや業務効率化を推進中。

AI・DX推進  
アドバイザー

西田 将太郎



経営企画室課長兼  
DX推進事業部

矢羽田 夕貴



—— 副業人材活用について、参加前はどのようなイメージを持っていましたか

外注でも内製化でもないということで、どこまで課題に深く入ってもらえるか、どこまで依頼すべきか苦慮しました。また、守秘義務の徹底や情報管理の責任が担保されるかという部分にも懸念と不安がありました。

—— プロジェクトはどのように進んでいきましたか

当初はAIを活用したチャットボットの作成を依頼しました。しかしプロジェクトが進み、対話を重ねるうちに、真に解決すべき課題は「チャットボットの開発」ではなく、「社内の労務関連業務に対応でき、情報を一元管理できる仕組みの構築である」と認識しました。そこで依頼内容を見直し、最終的には社内ポータルサイトの構築へと方針転換しました。

—— 実際に副業人材と働いてみて、プロジェクト開始前の想像と違った点はありましたか

想像以上に、自社の考えを整理し、言葉にして伝えることが求められました。

自社として副業人材に課題解決を依頼するのは初めてだったため、当初は試行錯誤しながらのスタートでした。今回ご参画いただいたお二人には、課題の背景や経緯から丁寧に共有する必要がありました。その過程を通じて、考えを言語化することの重要性を改めて実感しています。

—— プロジェクト開始前、香蘭社にどんな印象を抱いていましたか

**西田** もちろん社名は以前から存じておりましたが、当時は正直なところ「有田焼の老舗」という印象が強かったです。老舗の製造業ということもあり、職人の方が多くいらっしゃるイメージが強く、DXが社内に十分浸透しているという印象はあまり持っていませんでした。

**矢羽田** 初めて知った企業だったため、具体的にどのような形で協力できるのか、当初はイメージが湧きませんでした。

まずは事業内容や現状の課題を伺いながら、自分の経験やスキルがどの部分で活かせるのかをすり合わせていく必要があると感じました。

## 佐賀型 人材活用 3つのPoint

**POINT 01** 「伴走型」による  
自走組織への転換

伴走支援によりプロジェクトを通して、プロの思考法や仕事の進め方を社員が吸収し、支援後も自ら改善を続ける自走組織へと導きます。

**POINT 02** 「外の目」による課題の  
再定義と言語化

「当たり前」化している非効率な慣習も、異なる業界や専門性を持つ副業人材との対話を通して、社内のボトルネックを正確に特定できます。

**POINT 03** 「地産地消」的な  
信頼醸成

佐賀型の強みは顔の見える距離感での信頼関係です。地域の商習慣や文化への理解が深い状態でプロジェクトを開始することができます。



### —— 今回のプロジェクトを経て、何か変化はありましたか

プロジェクトを進めるうえで痛感したのは、副業人材との対話だけでは前に進まないということです。もちろん外部人材との打ち合わせは大事です。しかしそれ以上に、社内ですべての準備を整えられるかが鍵になると感じました。

毎回の社外会議に向けて、事前に社内で話し合う。小さくてもいいから、社内会議を定期的に積み重ねていく。正直、最初は「そこまでやる必要があるのか」と感じる部分もありましたが、実際に取り組んでみると違いました。こうした進め方が習慣になるにつれ、業務そのものの回り方も少しずつ良くなっていく感覚がありました。

ある程度道筋が見えてきたタイミングで、社内の各部署にいる“ITに強い人”に「今、こんなことをやってるんだけど、ちょっと見てもらえる？」と声をかけました。

すると、必要な情報が集まってきて、社内からの協力が得やすくなりました。

待っているだけでは何も動きませんが、自分たちから行動すると、きちんと反応が返ってくる。少しホッとしたというか、「これでいいんだ」と思える瞬間がありました。結果として、“こちらから発信して情報を取りに行く”やり方は、業務の進め方としても非常に有効だったと感

じています。自分たちの中で腹落ちしたのは、「プロジェクトを進める力は、社外の力だけじゃなくて、社内の動き方で大きく変わる」ということでした。



### —— 今回のプロジェクトを通じて、ご自身の学びや成長はありましたか

西田 今回のプロジェクトを通じて学んだのは、企業からの依頼をそのまま形にするだけでなく、予算も含めた制約条件を踏まえて、現実的に実行できる最適解と一緒に探ることの重要性です。

そのためには企業側としっかり対話し、背景や本音、組織の事情まで含めて共有しながら進めることが欠かせません。成果の土台になるのは、やはりコミュニケーションだと改めて感じました。

また、最終的に選ぶのは企業自身です。こちらが「これが正解です」と決め打ちするのではなく、複数の選択肢を提示し、それぞれのメリット・デメリットを整理したうえで判断していただく。そのためには、提案側も選択肢の幅を持ち、十分な判断材料を揃える力が求められると学びました。

矢羽田 依頼された内容をそのまま実行するだけでは、企業の本質的な課題には届かない場面があると実感しました。だからこそ、現状を丁寧に捉え直しながら、必要に応じて提案し、対話を重ねながら共に方向性を組み立てていくことが大切だと学びました。結果として、単なる“受託”ではなく“伴走”として関わる姿勢こそが、成果につながると感じています。



### —— 今回の経験を踏まえて、制度や支援について感じたことはありますか

当初、人材活用のお話を伺った際は、どんな人いるのか全くわからない状態でした。その中で、適切な人材をアサインしてもらえたのは非常に良かったと感じています。

一方で、スタートの段階で遠慮せずに、思いつくまに要望を伝えられる場があれば、さらに良かったとも感じました。

140年 余り続く有田焼の老舗メーカーです。



### —— これから副業人材の活用を検討している企業にメッセージをお願いします。

副業人材を活用し、社外からの視点を取り入れることは、企業の可能性を大きく広げてくれます。そのためには、社内外でのコミュニケーションが非常に重要です。

どの問題に対して、何を目指して取り組んでいきたいのか。話し合いを重ねながら、方向性を明確にしていく必要があります。自社の内面を副業人材へ見せることに抵抗感はあると思います。しかし、客観的な視点で見直す良いチャンスでもあります。

さまざまな副業人材を活用して、自社の課題に取り組むことは、自社の未来を切り開くことになります。その一歩が、次の可能性を広げていくのではないのでしょうか。

### —— 西田さんからメッセージをお願いします。

西田 最初は企業様のお役に立てるか不安でした。しかし、悩みに耳を傾け、自分にできることから行動したことが結果につながったと感じています。

悩むよりも、まず行動することが大事です。コミュニケーションをしっかりとって、一緒に悩み、一緒に解決していく。そのプロセスをも楽しんでもらえたらと思います。

### —— 矢羽田さんからメッセージをお願いします。

矢羽田 「スキルや資格など証明できるものがなければ、副業は難しい」と思いがちですが、そんなことはありません。

自分ができそうなことから一歩ずつ踏み出し、続けていくことが大事だと思います。

これまで積み重ねてきた経験が、思わぬ形で誰かの役に立つことがあります。あまり構えず、今まで培ってきたものの中から一歩ずつ挑戦してみたいかがでしょうか。

#### 事業紹介・会社紹介

明治12年設立、有田焼を代表する老舗企業。美術工芸と販売品から日用食器まで手掛け、その高度な技術を活かした工業用磁器でも高いシェアを誇ります。佐賀が世界に誇る、歴史と信頼を兼ね備えた企業です。

#### 会社概要

会社名/ 株式会社香蘭社  
所在地/ 佐賀県西松浦郡有田町幸平1-3-8  
設立/ 1879年(明治12年)7月10日



「何から始める？」への答え。

副業人材と挑んだ原田株式会社の意識変革。

代表取締役 社長 原田 一秀氏[左]・紙部 営業係長 草野 翔太氏[右]

—— プロジェクトが始動する前、社内のDX化推進にどのような思いを持たれていましたか

原田社長 社内のDX推進の必要性は感じていましたが、具体的にどのように進めればよいか分らず、なかなか一歩を踏み出せずにいました。ツールの名前は聞いたことがありましたが、自社でどう活用できるのかが見えていませんでした。

社内では「DX」という言葉だけが先行してしまっており、自分たちの理想とする状態に持っていくのが難しい状況でしたね。

草野さん 社内でも「DXを進めなければいけない」とい

う空気感はありましたし、危機感も感じていました。でも、「自分たちだけではどうすることもできないのではないか」という、半ばお手上げの状態だったんです。

ツールに関しても、一部のメンバーが少しずつ触るとい程度で。「ツールに触るのが苦手」「Excelも触りたくない」といった声も多く、デジタルに対するハードルの高さが、DXへの動きを鈍らせていたと思います。

—— 社員の副業を推奨していない中、なぜ副業人材の活用を決断されたのでしょうか

原田社長 おっしゃるとおり、当社では社員の副業を推

地域に根ざし、働く人と共に地域づくりに携わりたい。

副業人材 File 2

### ● 副業人材の業務内容

社内コミュニケーションツールによるスケジュール・設備予約管理機能を活用した情報の見える化とマニュアル作成/勤怠打刻ツールの検証とデモの構築/グループウェア選定と1年後のロードマップ策定・ご提案

#### 【経歴】

社内DX推進と20年の経理実務経験を軸に、副業では経理業務のアウトソーシングに加え、企業様の業務改善伴走支援、社内ポータルサイトの構築経験あり。

### 副業人材からのメッセージ

地域に根ざし、そこで働く人たちと共に地域づくりに携わっていききたいという思いがあります。副業人材が県内企業様の課題解決や新たな取り組みに寄り添いながらお手伝いできる。そのような機会が人材活用の新たな選択肢の一つになれば嬉しいです。



経理～DX推進まで業務改善サポーター

吉田 静花

奨していません。そのような中で「副業人材」を受け入れることには、正直葛藤もありました。

副業人材の活用を決断する前は、「本当に伴走してもらえるのか」「どこまでコミットしてもらえるのだろうか」といった不安もありました。

でも、このままでは前に進まないし、何も変わらない。それなら一度お願いしてみてもいいのではないかと思います、活用を決意しました。

—— 現場としては、今回の取り組みをどのように受け止めていましたか

草野さん 現場では、設備予約の管理や情報共有、業務の効率化など「やりたくてもできていない」ことがたくさんありました。ただ、日常業務に追われていたことや、専門的な知識も不足していたため、社内DXの推進に手をつけられない状態だったんです。もし専門知識を持つ人がサポートしてくれるのであれば、これまでできなかったことも解決できるのではないかと思います。

—— 副業人材として活動することになったとき、最初どのような印象を持たれていましたか

吉田 実際に訪問させていただくと、訪問前の「事務機器の卸会社」という印象から「オフィスの“空間”をデザインしている企業」へイメージは大きく変わりました。

単にデスクや椅子といった商品を提供するだけでなく、そこで働く人の働き方までデザインしている。そういう印象を受けました。

—— 伴走時、最初に取り組んだことは何ですかまた、その中で見えてきた課題はなんですか

吉田 最初に取り組んだのは、情報収集と課題整理です。月に1～2回ほど訪問し、まずは皆さんがどんなことに困っているのかをヒアリングしながら、解決策と一緒に探っていきました。

ヒアリングを進める中で、同社が抱えている大きな課題は「スケジュール共有が明確化されていない」「申請承認の煩雑さがある」「効率の良い社内の情報共有の仕組み

### 人材活用の背景と成果

**背景** 課題の明確化と専門知識の欠如が、DX推進の大きな壁に。

社内ではDX推進の必要性を感じて担当者を任命したものの、具体的な手法や自社に合うツールの選定、現場での活用方法がわからず手探りの状態が続いていた。外部講師による研修などは実施していたが、自社の具体的な課題解決に結びつく実践的なアクションには至っておらず、専門的な視点から実務を支援する伴走者の存在が必要不可欠な状況であった。

**成果** ツール導入に留まらず、社員の主体性と自発的な改善意識を醸成。

月1～2回の課題ヒアリングを通じ、社内コミュニケーションツールでの設備予約構築やスケジュール可視化を実現した。これにより事務負担が軽減し、効率化とツールへの心理的ハードルの低下を達成。また、社員が自発的に改善を考え、50代ベテランがAIを活用し始めるなど大きな意識変革も発生。世代を超えてデジタルへの抵抗感が薄れ、組織全体にポジティブな変化と活気をもたらした。

### 佐賀型 人材活用 3つのPoint

**POINT 01** 新しい取り組みへの心理的ハードルの解消

専門的な視点を持つ副業人材が、実務に即したアドバイスを行うことで、DXなどの新しい取り組みに対する社内の不安を期待に変えることができます。

**POINT 02** 業務フロー可視化とデジタルツール最適化

現場の具体的なストレスを可視化し、最適なデジタルツールの導入を支援すると共に、活用方法をマニュアル化することで持続可能な運用体制を確立できます。

**POINT 03** 対話による、自発的な改善意欲の醸成

副業人材との対話により、社員が自発的に「どうすればもっとよくなるのか」を考えるきっかけを作ることができ、社内に活気をもたらします。



が構築されていない」の3つであることが分かりました。

同社には、これまで社内設備予約専用のパソコンとモニターがありました。そのパソコンはネットワークにつながっていないので、その場所まで行かないと予約確認ができなかったそうです。外出している営業さんは会社に戻らないと確認できず、事務スタッフも席からすぐに確認できないという、とても不便な状態でした。

#### —— その課題を、どのように解決へと導いたのでしょうか

**吉田** 社内コミュニケーションツール内の機能を活用した設備予約の仕組みを構築し、運用を社内に浸透させるためのマニュアルを作成しました。

スマートフォンやパソコンから予約状況の確認が可能になったことで、営業の方も外出先からシステムにアクセスできるようになりました。全社員が自分のスマートフォンやパソコンから予約状況を確認できるようになったことで、設備予約専用のパソコンとモニターは不要となり、撤去されました。

勤怠管理については現在も検討段階ですが、3社のツールを比較し、デモ構築や機能検証を行いました。その結果、勤怠ツール単体ではなく、業務全体を効率化できるグループウェアの導入を検討する方向に進んでいます。

また、業務管理の仕組みについては、グループウェアの選定にあわせてDXをどのように進めていくかを整理した「1年間のDXロードマップ」を作成しました。社内の取り組みを段階的に進めていくための道筋を可視化しています。



#### —— 実際に伴走する中で、他にも見えてきたことはありますか

**吉田** 毎回ミーティングの後に雑談をする時間がありましたが、実はその時間がとても重要だったと感じています。そこで話題が上がったのが、「お客様から見積もりを求められたとき、その場ですぐに出せるようにできないか」という話でした。現状では、一度会社に戻らないと見積もりを作成できないそうです。

皆さんの話を聞いていて印象的だったのは、いかに「お客様のためにどうありたいか」という視点でした。自分たちが不便だから改善したいのではなく、常に「お客様のためにどうありたいか」という思い。その思いこそが、これからの変革を推し進める何よりの原動力になると確信しました。

#### —— 実際にDXの取り組みを進めてみて、社内にはどのような変化がありましたか

**草野さん** 一番大きいのは、仕事が楽になったことです。社内での情報共有がスムーズになり、データのやり取りも増えました。以前は確認作業が多かったのですが、今はかなり手間が減ったと思います。

また、社員の意識にも変化が出てきたと感じています。以前は「ここが大変だ」「困っている」といった声を中心でしたが、最近は「どうすれば改善できるか」といった話が自然に出るようになってきました。「業務を客観的に見て、改善方法を探してみる」という意識が、社内になんげ広がってきています。

さらに、デジタルツールに対する抵抗感も減ってきましたね。社内では、商品検索などに活用している社員が増え、50代の社員がAIで調べものをしているという話を聞いた時は、とても驚きました。



#### 事務機と紙のプロ。 佐賀のオフィスを笑顔に変える。



#### —— 今回初めて副業人材と伴走してみて、どのような気づきや変化がありましたか

**原田社長** 「思っていたよりハードルは高くなかった」というのが一番の感想です。

最初は不安に思う部分もありましたが、実際に取り組みを進めていく中で「そんなに構える必要はないのかな」という意識に変わっていきました。こちらの状況を理解しながら、一緒に考えてもらえたのが大きかったと思います。DXについても、ツールの検討やロードマップ作成などを通じて、会社としての方向性が少しずつ見えてきたと感じています。

もう一つは、外部の方に自社の弱みや状況を話すことへの抵抗感が減ったことです。自社の弱みやDX化が進まない現状を見せるのは、会社としてはとても勇気が要ります。でも、吉田さんには安心して相談できました。その結果、会社として一歩前に進めたのではないかと思います。

#### —— みなさんの今後の展望について教えてください。

**原田社長** まだ取り組みは始まったばかりですが、今回整理したロードマップをもとに、社内のDX化を段階的に進めていきたいと考えています。必要に応じて外部の力も借りながら、より働きやすい環境づくりを進めていきたいですね。

**草野さん** 今回の取り組みを通じて、業務の見直しや改善のきっかけがたくさん見えてきました。これを一時的な取り組みで終わらせるのではなく、社内で少しずつ改善を続けていけるような流れを作っていきたいと思っています。

**吉田** 今回の経験を通じて、企業と副業人材と一緒に課題解決に取り組む可能性を改めて感じました。こうした取り組みが広がり、企業と副業人材の双方にとって新しい挑戦の機会が増えていくとうれしいです。

#### 事業紹介・会社紹介

佐賀県内でオフィス家具やOA機器の提供を通じ、働く場をトータルプロデュースしています。独自の働き方改革を推進し、県内シェアと信頼を確立。次世代の事務機業界を担う、地域に不可欠な存在です。

#### 会社概要

会社名/ 原田株式会社  
所在地/ 佐賀県佐賀市新中町9-11  
設立/ 昭和40年9月



「何をすべきか」の霧が晴れた。

地元の専門人材と歩む、数字と意識を変えるSNS改革。

古舘 佳子氏[左] / 支配人 古舘 健一氏[右]

—— このプロジェクトが実施される以前、会社としてどのような課題を抱えていましたか

私たちの課題は、「何が課題なのかが分からない」でした。これまでも自分たちで写真共有アプリを運用していましたが、目的が曖昧で、「とりあえず投稿してみる」程度にとどまっていました。当時は「これでいいのかな?」「この投稿は誰に刺さっているんだろう?」と手探りのまま続けていました。

業務の合間に投稿していたため、内容に納得いかなくても「とりあえずやらなきゃ」と思いながら投稿していたのが実情です。フォロワー数が思うように伸びず、成果を実感できないまま運用を続けていました。

—— 今回、副業人材活用に挑戦しようと思われた理由を教えてください。

今回提案いただくまで、副業人材という言葉すら聞いたことがありませんでした。しかし、「このままでは何も変わらない」「何をすればいいか分からないという状況から抜け出したい」と思ったことがきっかけです。せっかく写真共有アプリを運用するなら、きちんと効果を実感できる形にしたい。その思いから、副業人材の活用を決めました。

—— 藤井さんの第一印象はどうでしたか

地元の企業様に貢献できたことが嬉しい経験でした。

● 副業人材の業務内容

SNS初期設計（コンセプト設計、競合アカウントリサーチ、キャプション文作成） / 投稿作成・投稿予約設定、ハイライト設定（ハイライトカバー作成、設置内容設計・作成） / 投稿数値管

【経歴】

経理・労務などのバックオフィス業務の他、SNS運用サポートデザイン制作・ショート動画編集・広告運用など幅広い業務を経験。今までに15以上の個人事業主・スタートアップ企業をサポート。

副業人材からのメッセージ

佐賀に貢献したい!と想っていた私にとって、地元の企業様に自分のスキルが提供できたことは何より嬉しい経験でした。私だけでなく、他にもAIやDXなど専門スキルを持つ方が多くいらっしゃいます。副業人材の力を借りることを前向きに考えていただくと幸いです。



オンライン事務サポート

藤井 真紀

「こんな方をお願いしてもいいのかな?」というのが正直な気持ちでした。

最初に藤井さんのお話を聞いたとき、「こんなにレベルの高い方に、私たちのような小規模の仕事を引き受けてもらっているのだろうか?」という心配がありました。

また、これだけ経験が豊富な方だからこそ、「他愛もない質問や相談などに答えてもらえないかもしれない」と身構えていましたね。

—— プロジェクトはどのように進んでいきましたか

印象的だったのは、最初に「4ヶ月で集客を目指すのではなく、まずは土台を整えましょう」という提案です。

私たちは当時「フォロワーを1万人にする」という目標を立てており、フォロワーの増加ばかり意識していました。しかし、藤井さんから「フォロワー数に固執するよりも、誰に届けたいのかを明確にすることが大切」とアドバイスを受け、「数が増えれば良いわけではない」というのが分かりました。

藤井さんにアドバイスを受けながら、まずはターゲット層

を整理すること、アカウント全体の世界観を整えることからスタートしました。投稿についても、予約投稿機能を活用して「2日に1回」の投稿を守り、数値を確認しながら改善を重ねていきました。

—— プロジェクトを進行していくなかで、特に印象に残ったことはありますか?

藤井さんが何度も旅館に足を運んでくださったことです。写真の撮り方一つをとっても、自分たちにはない視点がありました。実際に写真を撮影されている様子も拝見しましたが、「素人とプロではこんなに視点が違うのか」と驚きました。

また、オンラインでのやり取りに慣れていない私たちにとって、直接顔を合わせて相談できるのがありがたかったです。困ったことがあっても、すぐチャットツールでやり取りしてもらえたので安心でした。

—— 藤井さんに伺います。大望閣さんの印象と、今回の支援で意識したことを教えてください。

藤井 最初に大望閣さんのアカウントを拝見した際、発信

人材活用の背景と成果

背景 「何が課題かわからない」手探りのSNS運用からの脱却

以前からSNSアカウントを運用していたものの、明確な目的が定まっておらず、単なる情報発信が形骸化している状態が社内が続いていた。フォロワー数も伸び悩み、具体的な運用成果が不透明な状況が長年の課題であった。この現状を打破すべく、専門的な知見を持つ外部人材の活用を決定し、客観的な視点を交えることで、曖昧であった運用の土台を根本から再構築することを目指した。

成果 閲覧数が3倍に急増。ターゲット層の来客増と社内の意識変革。

外部人材の知見を活かし、SNSの軸の再定義とリブランディングを完遂した。フォロワー数ではなく「誰に届けるか」を重視した施策への転換により、投稿の閲覧数は約3倍に増加。ターゲット層である50~60代の来館増など、実際の集客数に直結する成果を生んだ。また、スタッフが自身の担当業務を細部までこだわる前向きな姿勢が浸透し、組織全体が活性化する契機となった。

佐賀型 人材活用 3つのPoint

POINT 01 「対面」が育む信頼とズレのない共有

現地訪問が可能な県内人材なら、オンラインでは伝わりにくい現場の空気感や細かな要望も、直接会うことで即座に共有・解消できます。

POINT 02 「地域の価値」を再発見するプロの視点

佐賀を知るプロが客観的に分析することで、自社では気づけなかった地元の魅力や、ターゲットに刺さる「映える」強みを発掘します。

POINT 03 「雇用」に代わる、賢い経営の選択肢

採用難の中でも、県内の専門人材をスポットで活用することができるため、固定費を抑えつつ即戦力を確保できる、地方中小企業の新しい武器になります。



の軸が定まっておらず、誰に発信しているのかが分かりにくい印象を受けました。

期間が4ヶ月と限られていたため、まずは「土台づくり」に集中することを提案しました。ターゲット設計や競合分析、コンセプト設計など「検索に表示されやすい施策」を取り入れ、分析結果を投稿に反映していきました。

また、今回は県内での支援だったこともあり、現地で定期的にコミュニケーションがとれたのもよかったです。物理的な距離が近いからこそ細かなニュアンスまで共有でき、方向性のズレを防ぐことができたと感じています。



—— 今回のプロジェクトを経て、「ここは大きく変わったな」と思う部分を教えてください

大きく変化したのは、閲覧率やリーチ数です。全体の閲覧数が以前と比べて約3倍に増えました。

落ち着いた雰囲気の写真や世界観を意識するようになってから、私たちが本来のターゲットにしている50~60代のお客様の来館が増えてきたと感じています。

また、お客様による投稿やシェアが増えたのも、閲覧数の増加につながったと考えています。

意識の面では、「フォロワー数を増やすことではなく、刺さる人に届ける」というマインドに変化したのは大きいです。周囲からも「最近写真共有アプリよく見るよ」と声をかけられるようになり、社内の雰囲気や社員の意識も変わってきたと感じています。

—— 藤井さんが感じた、成果や変化についても教えてください

藤井 数字の伸びはもちろんですが、それよりも大きいのは、アカウントの軸が明確になったことです。

「誰に届けたいのか」という視点が定まり、発信の方向性がブレなくなりました。その結果、ターゲット層にしっかり刺さる投稿ができるようになったと考えます。

また、現地での継続的なコミュニケーションを繰り返すことで、大望閣さんとの信頼関係を築けたことも印象的でした。何かと頼ってもらえる場面も増え、パートナーと

して伴走できたことは、私自身にとっても大きな経験だったと思います。



—— 今回の経験を踏まえて、制度や支援について感じたことはありますか？

「この人は何が得意で、どれくらいの金額で依頼できる」といった情報が可視化できるようになれば、より活用しやすくなるのではないのでしょうか。たとえばスポットワークのように、スキルや価格が明確だと検討しやすいですね。

人手不足の中で正社員を雇うのは大変ですが、スポットで専門人材にお願いできる仕組みがあれば、企業にとって大きな選択肢になると思います。

—— 最後に、これから挑戦を考えている企業にメッセージをお願いします。

私たちは今回の取り組みを通じて、「分からないからやらない」ではなく「まずはやってみる」という姿勢の大切さを実感しました。

副業人材という言葉すら知らなかった私たちですが、実際に活用させていただいて、その可能性を強く感じています。

今後は、藤井さんと一緒に整えた土台をもとに、写真

玄界灘の絶景と旬を味わう、心温まる癒やしの宿。



共有アプリの運用を継続していきたいと考えています。

副業人材は、人手不足に悩む企業にとって大きな可能性を秘めていると感じています。企業によって向き不向きがありますが、「副業人材」という選択肢があることを知ってもらえたら嬉しいです。



—— 藤井さんからもメッセージをお願いします。

藤井 今回の支援を通じて、県内にも専門性を持った人材がいること、そして地域企業と十分に伴走できることを改めて実感しました。顔を合わせて支援できる距離感は地方ならではの強みであると考えています。

今後も、県内企業が気軽に専門人材を活用できる枠組みが広がっていけば、地域全体における副業人材の可能性も広がっていくのではないのでしょうか。



事業紹介・会社紹介

佐賀県唐津市の名護屋城跡近くに位置する絶景の宿を運営しています。玄界灘の新鮮な活魚料理と、全客室から望めるオーシャンビューが自慢であり、訪れるお客様に心安らぐひとときと地元の旬の味覚を提供することに尽力しています。

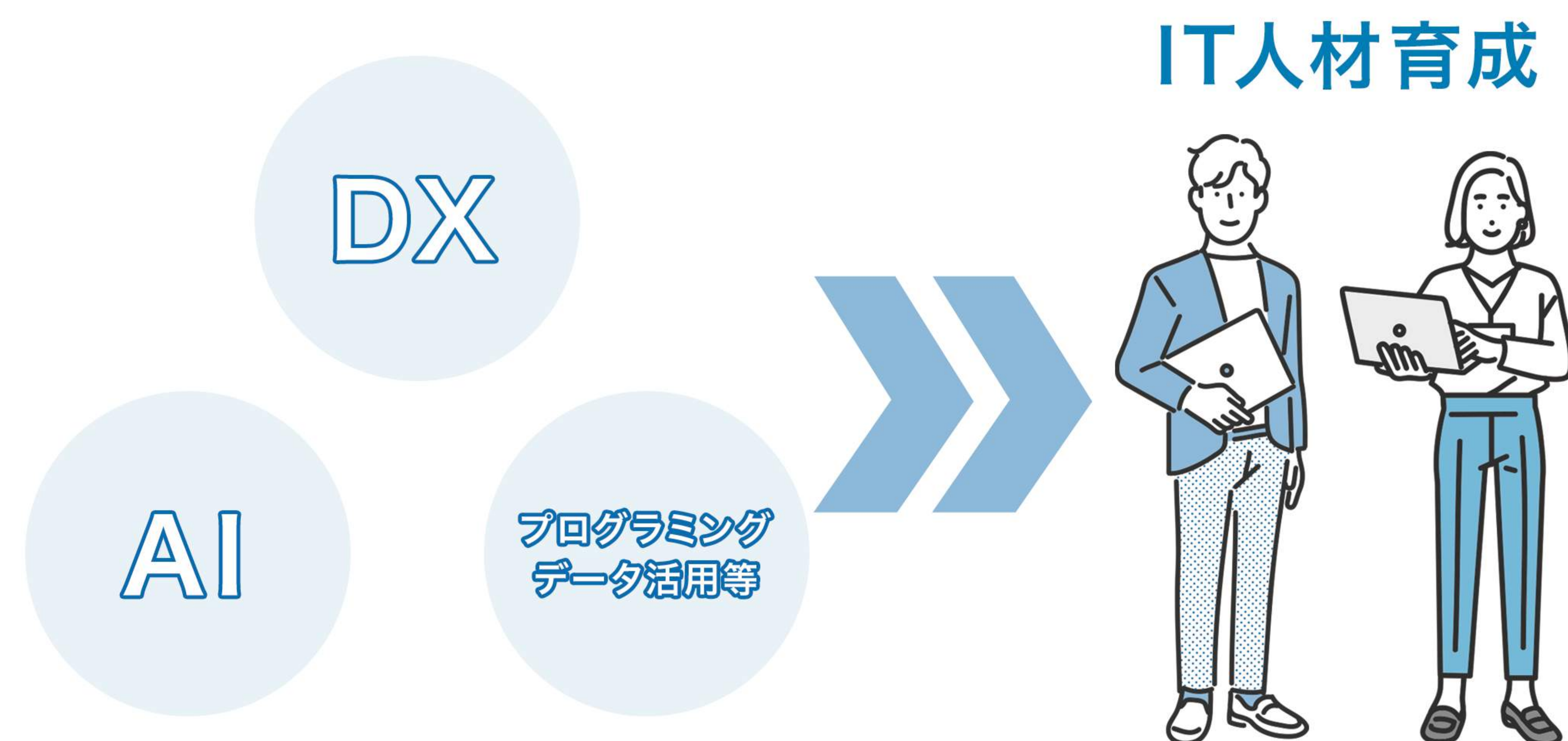
会社概要

会社名/ 有限会社大望閣  
所在地/ 佐賀県唐津市鎮西町名護屋1399  
設立/ 昭和42年

# 佐賀型モデルとは？

## 佐賀県の副業人材活用に関する取り組み

佐賀県では、プログラミングやDX、AI、データ活用など幅広い分野でIT人材の育成に取り組むとともに、習得したスキルを活かし、県内産業の発展に貢献する県内人材の育成を進めています。



## 佐賀型副業人材活用モデル3つの特徴

### 1 「伴走型」パートナー

現場の空気や細かな要望も、県内人材なら直接会って的確に共有できます。佐賀の地域性を理解したプロが、単なる外注ではなく、共に課題へ取り組むパートナーとなります。

### 2 課題を整理し、強みを再発見

社内の「当たり前」に潜む非効率な業務や地元の魅力を、外部の専門的な視点で洗い出します。対話を通じて本当に解決すべき課題を明確にし、柔軟に改善へと導きます。

### 3 自走する組織づくり

プロの仕事の進め方や考え方を、プロジェクトを通じて社内に共有します。支援期間が終わった後も、社員だけで継続して業務改善に取り組める「自走できる組織」へと成長させます。

## 副業人材活用「具体的な活用ステップ」

本書では、「佐賀型副業人材活用モデル」実証プロジェクトに参加した県内企業3社のリアルな活用事例に加え、そこで得られた知見を基に、初めて副業人材を活用する企業でも迷わず実践できる「具体的な活用ステップ」を体系的にまとめています。

人手不足を嘆くのではなく、新しい人材活用の扉を開くためのガイドとしてご活用ください。

# 副業人材 活用ガイド

# 1. 副業人材活用とは？

## 「副業人材」ってどんな人？

副業人材とは、本業を持ちながら他社の仕事も手伝う会社員や、フリーランスなど、社外からあなたの会社を支援してくれる人のこと。必要な時に・必要な業務だけを任せられることができる『社外の仲間』として、近年、注目が集まっています。

## 社員・アルバイトと何が違うの？

	A. 正社員	B. パート・アルバイト	C. 副業人材
関係性	上司と部下	指示を出す・受ける	パートナー(対等)
指示の出し方	仕事を丸ごと任せる (指揮命令権あり)	決まった作業を頼む (指揮命令権あり)	目的を伝えてやり方は任せる (指揮命令権なし)
費用の性質	固定費 (給与・社保・交通費等)	変動費 (ただしマージン等で割高な傾向)	変動費 (成果や稼動に応じた報酬)

## 副業人材を活用する「3つのメリット」



### 01 社員では採用できない「スゴ腕」の知恵を借りられる

採用市場ではなかなか出会えない「DX(業務改善)」や「SNS運用」「広報」などの専門スキルを持つ人を仲間に招くことができる！



### 02 「必要な時だけ」賢くお金を使える

「月3万円～」や「プロジェクト完了まで」など、予算や期間に合わせて柔軟に仕事をお願いできる！



### 03 「やり方」が社内に残って、社員が育つ

一緒に働くことで、プロの技術や仕事の進め方が社員に伝わり、社員のスキルアップにつながる！

# 2. 「自社の課題」を把握しよう

## まずはじめに何をすればいいの？

その答えは、「自社の課題をしっかりと理解すること」です。単に「人が足りない」で終わらず、その「背景にある理由」を突き止めることで、副業人材に何を頼むべきかが見えてきます。

## 自社の課題を特定しよう

### Step 1 今の状態は？



- 現場がバタバタしている
- 新しいことに挑戦できていない

### Step 2 原因は何？



「人手」が足りない  
やることは決まっているが、手が回らない



「知識」が足りない  
やりたいことはあるが、やり方がわからない

### Step 3 どんな人が必要？

#### 「人手」が足りない

決まった業務を処理できる人材を募集  
業務の自動化・効率化ができる人材を募集

#### 「知識」が足りない

社内で不足している専門知識を持っている人材を募集

## 副業人材に仕事を依頼しよう

自社の課題がはっきりしたら、次は「仕事の任せ方(型)」を決めましょう。

作業切出	タスク型	課題解決	プロジェクト型	継続支援	ミッション型
<b>特徴</b>	「点」での依頼。		「線」での依頼。		「面」での依頼。
	作業内容と納期が明確。		期間とゴール(成果物)が決まっている。		期間を限定せず、役割を担う。
<b>活用例</b>	【広報・デザイン】		【IT・DX導入】		【経営・組織強化】
	・チラシやロゴの作成 ・HPの更新作業、バナー制作 ・SNSの画像作成代行		・顧客管理システムの構築 ・オンラインショップ(EC)の立ち上げ ・新商品のクラウドファンディング実施		・自社ブランディングの戦略立案 ・採用基準の策定と面接官の代行 ・月1回の経営壁打ちパートナー

# 3. 副業人材を探してみよう

Recruiting

## どうやって「副業人材」を見つければ良いの？

近年、副業人材と企業をつなぐ「マッチングサービス」が急速に増えています。大きく分けて2つのタイプがあるので、自社に合う探し方を選びましょう。



### 公募型（ネットで募集）



### 仲介型（プロに依頼）

	公募型（ネットで募集）	仲介型（プロに依頼）
仕組み	各種サイトに求人を掲載し、応募してきた人の中から自分で選ぶ	コンサルタントが企業の課題を聞き取り最適な人材を紹介
費用	求人掲載料等が発生	紹介料・仲介料等が発生
向いている企業	・必要な人材の特定がある程度できている ・自社で応募者の選定ができる	課題整理、必要な人材の特定から手伝って欲しい

いざ副業人材を募集する時に必要になってくるのが「募集要項」です。人材側が「自分が活躍できそう!」と思えるよう、自社の課題から抽出した以下のポイントを押さえながら書きましょう。



## 副業人材を惹きつける「募集要項」の書き方

「誰でもいいから助けて!」という曖昧な募集では、プロにスルーされてしまいます。求める水準を明確にしなが、しっかりと想いを伝えましょう。

項目	書き方のポイント	例文
タイトル	誰に・何を・どうしてほしいかを一言で。	「佐賀の伝統工芸を世界へ! ECサイト (Shopify) 構築・運用のプロ募集」
背景・想い	なぜ今この募集をするのか、経営者の熱意を書く。	「創業50年、地元で愛されてきましたが、コロナ禍で売上が減少。ネット通販で全国の方に届けたいと考えています」
業務内容	具体的に書く。(曖昧だとトラブルの元)	1. 現状の課題分析と改善提案 2. ECサイト (Shopify) のデザイン・構築 3. 社員向け更新マニュアルの作成
求めるスキル	必須 (MUST) と歓迎 (WANT) を分け、ツールの指定なども行う。	【必須】 ECサイト構築経験3年以上、Shopifyのカスタマイズ経験 【歓迎】 食品業界でのマーケティング経験、佐賀県にゆかりのある方
報酬・条件	具体的な金額や期間を明示する。	月額5~10万円 (スキル・経験により応相談) 想定稼働: 週5時間~/期間: 3ヶ月 (更新あり)
選考フロー	書類選考 (ポートフォリオ提出必須) → オンライン面談 (1回) → 決定	

## 選考時に、確認すべき4つのポイント

気になる人と出会えたら、30分~1時間程度の面談で4つポイントを確認しましょう。

- 任せたい仕事ができるか (スキル・実績)**  
過去の実績を具体的に聞き、自社の課題に応用できそうかを見極める
- 課題を「自分事」として捉えてくれるか (主体性)**  
言われたことだけでなく、プロの視点で自発的に提案してくれるかを確認
- 会社の想いに共感しているか (ビジョン・人柄)**  
スキルだけでなく、会社の目指す方向に共感し、気持ちよく働ける相手かを見極める
- スムーズに連絡が取れるか (条件・環境)**  
副業だからこそ、連絡のタイミングや稼働時間のすり合わせは、トラブルを防ぐために不可欠

自分たちだけで探すのは不安

佐賀県なら  
「人材探し」もサポート

まずは  
県内の支援拠点にご相談ください

相談窓口  
Support Desk

**RYO-FU BASE**  
公益財団法人佐賀県産業振興機構が産業ミライ創造ベース

県内副業人材の育成を図るとともに、県内企業における副業人材の活用を促進しています。

ホームページ <https://ryofubase.jp/>  
問い合わせ先 [info@ryofubase.jp](mailto:info@ryofubase.jp)



佐賀県  
プロフェッショナル人材戦略拠点

「攻めの経営」を目指す企業に対し、民間人材ビジネス事業者を通じて副業人材のマッチングをサポートします。

ホームページ <https://www.saga-projinzai.com/>  
問い合わせ先 0952-22-7021



# 4. 契約のポイントを押えよう

Contract

## 副業人材と、どんな契約を結べばいいの？

副業人材との契約は、雇用契約ではなく「業務委託契約」が基本です。  
民法上、大きく分けて「請負」と「準委任」の2種類があり、責任の範囲が異なります。

15ページ下段、「副業人材に仕事を依頼しよう」で選んだ、仕事の任せ方(型)から、自分たちが依頼したい業務に向いている契約形態を確認してみましょう。それぞれ「定義」や「特徴」が異なっているため、性質をよく理解して選ぶことで、副業人材活用におけるトラブルを避けられます。



### 副業人材に依頼したい業務

#### タスク型業務

HP制作、ロゴ作成、バナー制作など

ゴール(納品物)が明確なもの

#### プロジェクト型/ミッション型業務

SNS運用代行、コンサルティング、PM(プロジェクトマネジメント)、事務代行など

一緒に考え、進行するもの

### 請負契約

定義

「約束した成果物を完成させること」に対して報酬を払う契約。

特徴

原則、「仕事の完成」に対して報酬が発生。完成品に不備があれば修正させる権利あり。また、契約により中間払いや出来高精算を定めることもあります。

### 準委任契約

定義

「特定の業務を行うこと(事務処理)」に対して報酬を払う契約。

特徴

成果物の完成責任は負いませんが、業務過程で報告書等を作成されることもあります。また、専門家として誠実に業務を行う義務(善管注意義務)を負います。

※業務委託契約であっても具体的な契約内容によっては雇用契約と判断されることもあり注意が必要です。請負契約と準委任契約の区分は、契約内容により判断されます。



佐賀県が推進する「地産地消モデル」では、副業人材を単なる作業員ではなく「一緒に課題を解決するパートナー」と位置付けています。そのため、試行錯誤しながら進める「準委任契約」の方が、柔軟な提案を引き出しやすく適しているケースが多いです。

POINT!!

トラブルが起きないように、特に注意が必要な2つのポイント!

## POINT 01 知的財産権

HP制作、ロゴ制作、プログラム開発などを依頼する場合、最もトラブルになりやすいのが「知的財産権(知財)」の扱いです。

原則

### 「作った人(副業人材)」に権利がある

法律上、著作権などは原則として「作成した副業人材」に帰属します。  
契約で定めなければ、報酬を支払っても権利は相手の手元に残ったままとります。

対策

### 契約書で「権利の帰属」を明確にする

後々のトラブルを防ぐため、契約書には以下の対応を明記しましょう。

#### 権利譲渡

「成果物の納品をもって、知的財産権(著作権法第27条及び第28条に関する権利を含む)を甲(企業)に譲渡する」と定めます。企業側が自由に使える最も安全な方法です。

#### 著作者人格権の不行使

ロゴの色変更や改修、二次利用などに対応できるように、契約書に「著作者人格権を行使しない」という特約を入れることが一般的です。

## POINT 02 秘密保持

副業人材は、貴社以外にも「本業の会社」や「他の副業先」を持っています。情報の「出口」と「入口」の両方を管理する必要があります。

出口

### NDA(秘密保持契約)の必須化

顧客リストや開発情報を共有する場合は、必ずNDAを結びましょう。

目的外使用の禁止

委託業務以外に使わない(自己利用禁止)

第三者への開示禁止

本業先や他クライアントに話さない

終了後の返還・破棄

契約終了時にデータを確実に消去させる

入口

### 情報の「持ち込み」リスク

見落としがちなのが、副業人材が「他社の秘密情報を貴社に持ち込んでしまう」リスクです。知らずに他社のノウハウを使ってしまうと、貴社が訴えられる恐れがあります。契約書には「第三者の秘密情報を利用しない」「権利を侵害していない」旨の誓約項目を入れ、リスクを遮断してください。

重要!!

## フリーランス新法対応

2024年11月1日より「特定受託事業者に係る取引の適正化等に関する法律（フリーランス・事業者間取引適正化等法、以下「フリーランス新法」）」が施行されました。この法律は、個人で働くフリーランス（従業員を雇用していない事業者）と企業との取引における格差を是正し、安心して働ける環境を整備するためのものです。副業人材の多くはこの「フリーランス」に該当するため、発注側である企業は以下のルールを遵守する必要があります。

まずは...

## 多くの取引に適用される主要な4つの義務

副業人材と取引をする際、発注事業者（企業）には以下の義務が課されます。最新情報や詳細は公正取引委員会公式HPをご参照ください。

公正取引委員会  
公式HP▼



### 1.取引条件の明示 (口約束はNG)

業務を委託する際は、直ちに「業務内容」「報酬額」「支払期日」などの取引条件を書面の交付、または電子メール・SNSメッセージ等の電磁的方法により明示しなければなりません。



### 2.報酬支払期日の設定 (受領から60日以内)

報酬は、発注した成果物や役務を「受領した日」から起算して60日以内、かつできる限り短い期間内で支払期日を設定し、支払う必要があります。



### 3.ハラスメント対策 の体制整備

セクハラ、パワハラ、マタハラ等によりフリーランスの就業環境が害されないよう、相談窓口の設置や担当者の配置など、必要な体制を整備しなければなりません。



### 4.募集情報の的確な 表示

求人広告やSNS等で募集を行う際、虚偽の表示や誤解を与えるような表示にはしてはいけません。情報は正確かつ最新の内容に保つ必要があります。

CHECK!!

## 契約書に記載すべき項目とは？

副業人材を活用しようとした時に、難しい契約書を一から作る必要はありません。厚労省やフリーランス協会のひな形をベースに、以下の項目をチェックしてください。

#### ①業務内容

何をどこまでやるか（例：修正回数や納品形式）

#### ②委託期間

日付を明記。自動更新の有無も決める

#### ③報酬・支払

金額（税別/込）、支払日、振込手数料の負担

#### ④知財の帰属

「企業に譲渡」と「著作権人格権の不行使」があるか

#### ⑤秘密保持

秘密の範囲、漏洩禁止、データ破棄の規定

#### ⑥解除条件

連絡不通時や契約違反時の即時解除条項

#### ⑦損害賠償

相手の過失で損害が出た場合の責任範囲

#### ⑧再委託の禁止

勝手に別の人へ下請けに出さないよう禁止する

# 5.「インボイス制度」について

Invoice System

## インボイス制度への対応ガイド

2023年10月より「適格請求書等保存方式（インボイス制度）」が開始されました。副業人材（個人事業主）の多くは、課税売上高が1,000万円以下の「免税事業者」であることが想定されます。発注側（企業）としては、取引相手が「インボイス登録事業者（課税事業者）」か「免税事業者」かによって、消費税の処理や対応が異なります。トラブルを避け、スムーズに取引するためのポイントを押さえましょう。

## 相手は「登録事業者」か「免税事業者」か？

まず確認!!

副業人材との契約前に、まずは相手がインボイス発行事業者の登録を受けているかを確認しましょう。

### 相手が「インボイス登録事業者」の場合

- 通常通り、消費税額を明記した「適格請求書（インボイス）」の交付を受け、保存することで仕入税額控除が可能です。
- 請求書に「登録番号（T+13桁の数字）」が記載されているかチェックしてください。

### 相手が「免税事業者（未登録）」の場合

- 原則として、支払った消費税分の仕入税控除ができません。しかし、激変緩和のための「経過措置」が設けられています。

～2026年9月30日まで

仕入税額相当額の80%を控除可能

2026年10月1日以降

最新の情報は  
国税庁公式HP参照



## トラブル防止のための注意点

相手が免税事業者であることを理由に、消費税分を一方的にカットする行為は、独占禁止法や下請法上の「買ったたき」等として問題になるリスクがあります。

NG例

### 一方的な通告

「インボイス登録していないから、来月から消費税分の10%は払いません」

### 登録の強制

「登録しないなら契約を打ち切ります」

OK例（推奨される対応）

### 双方納得の上での協議・合意

「経過措置期間中は当社も80%控除できますが、残り20%の負担増について、価格の調整をご相談できませんか？」

# 6. 成功の鍵は「コミュニケーション」

Communication

## 最初の1週間で「成功の9割」を決める!?

副業人材は「自走するプロ」ですが、社風や業界の常識をすべて把握しているわけではありません。最初の1週間で「社外の仲間」としてスムーズに合流できるようサポートすることで、その後の成果が大きく変わります。

### 1.最初に「顔を合わせて」話す時間を作る

メールやチャットだけで済ませず、まずは現地で顔を合わせる対話の場を持ちましょう。

#### ① 現場の空気感を共有

実際に会社に来てもらい、現場の雰囲気や社員の様子を肌で感じてもらうことが、深い相互理解につながります。

#### ② 想いを熱量高く伝える

対面だからこそ伝えわる経営者の熱意やビジョンを共有し、同じ方向を向く「仲間」としての絆を築きます。

#### ③ 仕事のルールを決める

連絡手段（LINEやメールなど）や定例会議の頻度を決めます。

## 2. 会社全体で「仲間・味方」として迎え入れる

経営層だけでなく、実際に一緒に働く現場社員との信頼関係づくりが成功の鍵です。



### 「助けてくれるパートナー」として紹介

副業人材は「仕事を奪う存在」ではなく、現場を助けてくれる「心強い味方」であることを、経営者からしっかりと周知しましょう。



### 定例会に現場社員も参加

業務に関わる社員には、最初の顔合わせにできるだけ同席してもらいましょう。



### 情報をオープンにする

副業人材が力を発揮できるよう、必要なデータや資料は、早めに表示できる環境を整えましょう。

## 副業人材の力を引き出す「3つのコミュニケーション」

副業人材は「自立したプロ」であり、同時に「チームの一員」です。適度な距離感を保ちながら、副業人材の力を最大限発揮してもらうための3つのポイントを押さえていきましょう！

### 1. 「丸投げ」も「細かい管理」もNG! 目的を伝えて任せる!

NG

#### 丸投げ

「プロだから」と放置すると、意図とズレた成果物が上がり、手戻りが発生します。

#### マイクロマネジメント

細かすぎる指示はプロの自律性を奪い、やる気を削ぎます。

推奨アクション

#### 定例ミーティング

週1回60分程度の「定例ミーティング」を設定しましょう。監視ではなく、「方向性のすり合わせ」や「相談」の場として活用します。

#### 月次報告書

毎月、実施した内容・次月に向けてをまとめた「月次報告書」を作成してもらい、進捗を確認しましょう。

### 2. 感想と感謝を「具体的に」届ける

副業人材は、報酬以上に「自分のスキルが企業の役に立っている実感」をモチベーションにしているので、率直に想いを伝えましょう!

#### 対応1: 「早めに・具体的に」伝える

成果物に対し「ここが良かった」「ここは自社のイメージと違う」と素直に伝えることが、最短で仕事の質を上げるコツです。

#### 対応2: 「感謝」を言葉にする

「〇〇さんのおかげで助かった」「現場から好評だった」という一言が、次への強い意欲に繋がります。

### 3. 「違和感」は放置せず、すぐに話す

「返信が遅い」「話が噛み合わない」といった小さなズレを放置すると、後に大きなトラブルにつながる可能性がある所以要注意!

#### 対応1: 早めにウェブ会議を設定する

文字だけのやり取りで不安を感じたら、すぐに顔を合わせて話す場を作りましょう。本音で話すことがトラブルを未然に防ぎます。

#### 対応2: 「雑談」を大切に

業務連絡だけでなく、会社の近況などを共有する心のゆとりが、長期的な信頼関係を築きます。