

だんだん複業団 <https://dandanfukugyodan-matsuyama.jp/>

松山市産業経済部企業立地・産業創出課 主任 兵藤嵩彰さん
株式会社パソナJOB HUB ソーシャルイノベーション部長 加藤 遼さん
株式会社パソナJOB HUB ローカルチームプロジェクト長 植草太郎さん

地域の企業と 都市部の人材をつなぐ新たな試み

愛媛県の県庁所在地として、約50万人を擁する松山市。全国の多くの自治体と同じく、人口減少による人材不足という問題に直面しています。そこで、解決の切り札として2020年に松山市がスタートさせた事業が「だんだん複業団」でした。「人材不足などに悩む松山市内の企業と、複業などを通じて自身のスキルや経験を生かしたいと考える都市部の人材の、マッチング支援を行うものです」と説明するのは、松山市産業経済部企業立地・産業創出課の主任である兵藤嵩彰さん。事業を通じて、企業課題の解決や関係人口の創出を目指していると言います。

事業の軸は4つで、「複業マッチングプログラム」のほかに、団員(複業人材)同士の交流を目的とした「コミュニティプログラム」や緊急性の高い案件に対応する「Anytimeマッチングプログラム」、複数

プロジェクトプログラム」が用意されています。当初は複業マッチングプログラムのみでスタートしましたが、実績を重ねる中で生まれてきた新たなニーズに対応する形で、プログラムを増やしてきたそうです。

メインとなる複業マッチングプログラムへの2023年度の参加企業は、製造業からサービス業まで業種も多様な9社。一方、団員としての参加者は75名で、その6割は会社員。ほぼ同じ割合の30代、40代、50代が、合わせて全体の8割を占めます。また、半数以上は以前にもこのプログラムに参加したことがあるリピーターであり、参加者は関係人口として定着しつつあるとも言えます。2023年度は、最終的に8社が17の案件でマッチングを成立させ、それぞれの企業課題の解決に向けて成果を上げています。

時間をかけて思いを伝え合い スキルより共感でマッチング

各プログラムを実行するのは、松山市

から運営を受託している人材サービスの株式会社パソナJOB HUBです。ローカルチームプロジェクト長の植草太郎さんは、複業マッチングプログラムの運営について、「時間をかけて双方の思いや経験をしっかりと伝え、互いに共感を生み出すことを何より大事にしている」と話します。その言葉通り、企業や団員の募集からマッチングまでに、約半年もの時間をかけます。

まず、団員募集のための説明会イベントを開催。その後、プロフィールシートを提出してエントリーした団員は、企業の紹介や質疑応答などを通じて交流を行う「チェックイン講座」にオンラインで参加します。次に行うのは、複業マッチングプログラム最大の特徴である「フィールドワーク」です。これは、希望する団員が自費で松山を訪れ、オフィスや店舗などを実際に見ながら経営者や社員と交流を図るもの。現地へ行くことができない団員向けにオンラインでも実施していますが、直接会って交流し、互いの思いを深く知る機会をつくるのが大きな狙いです。こうして相互理解を

深めたタイミングで、団員から企業の課題解決に向けた提案シートを提出し、マッチング面談へと進みます。この段階では既に信頼関係が生まれている場合が多く、面談はマッチングの可否を決めるというより、互いの「関わりしろ」*を見つけるためのものとなっているそうです。

だんだん複業団の“だんだん”は“徐々に”という意味だけでなく、松山の方言で謝意を表す言葉でもあります。そこには、企業と団員が徐々に理解を深め、互いにありがとうと言い合える関係を築いてほしいという思いが込められています。また、副業ではなく“複業”としたのは、本業と同じように本気で取り組み、中長期的なパートナーシップを築きながら両者の成長につなげたいという意図から。なぜ、それほど互いの関係構築を重視するのでしょうか。松山市の兵藤さんは「報酬などの労働条件では、どうしても地方が不利になりやすい。地方で働いていただくためには、お互いの思いを知り共感を基準にマッチングすることが重要だと考えています。そうして、人とのつながりをベースに長く地域と関わってほしいのです」と話します。

松山への思いが強い人材も、関係人口として、熱量のある地域の仲間になってくれる可能性があるため、広く歓迎していると言います。結果的にスキルの提供のみで終わらず、松山市に興味を持ち、地域貢献のような金銭的報酬とは別のやりがいを見込んでいる団員も、多いそうです。

まず、人としてつながること 仕事はその後生まれる

団員には複業経験のない人も多く、果たして地域の企業の役に立てるのかと、不安を抱えながら参加します。しかし、都市部の大企業でごく普通にやっていることが、地域の企業には大きな気づきや参考になる場合もあり、交流を通じて自分のスキルや経験を評価され、自信を持つようになるそうです。また、マーケティングの案



件でマッチングした団員と企業が、対話を重ねていく中で、人面での課題、強みを互いに発見し、当初の予定になかった案件が別に成立したケースもあります。

一方、企業側にとっては、課題や思いを十分に伝えられるかどうか重要なポイント。経営者の話を聞く「地域コーディネーター」が配置され、ビジョンや魅力を徹底的に引き出すなど言語化をサポートします。また、団員とのコミュニケーションを通じて、経営者が自身の思いに気づくこともあると言います。

株式会社パソナJOB HUBの事業責任者でもあるソーシャルイノベーション部長の加藤遼さんは、時間をかける意味を、人との関係性の質を高めるためだと話します。「交流を深め、考え方に共感し、仲良くなること、人としてつながることが先で、仕事はその後生まれると思っています」

複業マッチングプログラムの中で重要な役割を担うフィールドワークは、そのための仕組みとして考案されました。「都市部と松山の物理的な距離が心理的な距離になっていると感じ、その距離を縮める方法として、松山の魅力ある人に会う“旅”にしてみました」と、加藤さん。実際、団員の中には、複業ビジネスを見つけることよりも、日常では出会えない企業の経営者や社員と話せることに価値を見いだし、ライフワークのように毎年参加する人もいます。そうして地域の人々と交流することによって、団員はいつの間にか松

山のファンになっていきます。

また、フィールドワークで共に旅をする団員たちの中には、ファン同士のコミュニティのようなものも生まれています。だんだん複業団の4つのプログラムの中のコミュニティプログラムは、そうした団員同士のつながりを起点に、松山との深い関わりをつくることを目指しています。

加藤さんは、今後の展望をこう語ります。「だんだん複業団を始めてから4年間で延べ36社、80件以上のマッチングが実現し、着実に企業の課題に答えています。一方で、マッチングにとどまらず、派生的にコミュニティプログラムを生み出し、団員による松山のまち歩きプロジェクトなどにも発展してきました。地域の企業と都市部の人々が共感し、出会うことで生まれたエネルギーが、今後は魅力的なまちづくりにもインパクトを与えられるかもしれないと期待しています」



6月	参加企業募集のための企業向けイベント
7月	参加団員募集のための人材向けイベント
8月	プロフィールシートを提出しチェックイン講座に参加
9月	フィールドワーク
10月	チェックアウト講座に参加し提案シートを提出
11月・12月	マッチング面談

* 地域活性化などの活動において、第三者が関与・貢献できる・しなくなる余地のこと。「関わり」と余白やゆとりを意味する「のりしろ」が由来