

ミラキヤリ 通信

Vol. 9
2021年6月発行

「社会人インターンシップ」希望の地方在住ビジネスパーソン 3倍以上に増加 首都圏～全国での「副業」チャンスが拡大中

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘）が提供するサービス『サンカク』では、正社員採用はもちろん、副業という新しい働き方も推進し、企業の事業成長に本当に必要な人材獲得を支援しています。例えば、人材不足にお悩みの地方企業に対して、副業による新しい働き方の定着や、リモートワークによる地方創生の推進など、既存の手法では獲得が難しい人材に対して今までにない切り口の人材獲得活動を支援しています。

一方で、新型コロナウイルス感染症の影響も受け、働く人にとっても今後のキャリアや働き方について“もやもや”を感じる方も増えてきたのではないのでしょうか？『サンカク』ではそんなビジネスパーソンに対し、「一歩踏み出すきっかけをつくり、自分では気付かないキャリアの可能性を発見したり、自分にフィットした働き方を見つける」、そんな場を提供しています。

『サンカク』から「未来の人材獲得」や「未来の働き方」、「未来のキャリア」についてお届けするプレスレターが『ミラキヤリ通信』です。

■ 『サンカク』の現場から - Report from Sankak -

株式会社リクルート Division 統括本部 HR 本部 HR エージェント Division ビジネスグロース部

サンカクグループ 責任者 古賀 敏幹

コロナ禍以降、事業活動のオンライン化が進みました。これにより、首都圏以外のエリアに住むビジネスパーソンにも「副業」のチャンスが広がっています。

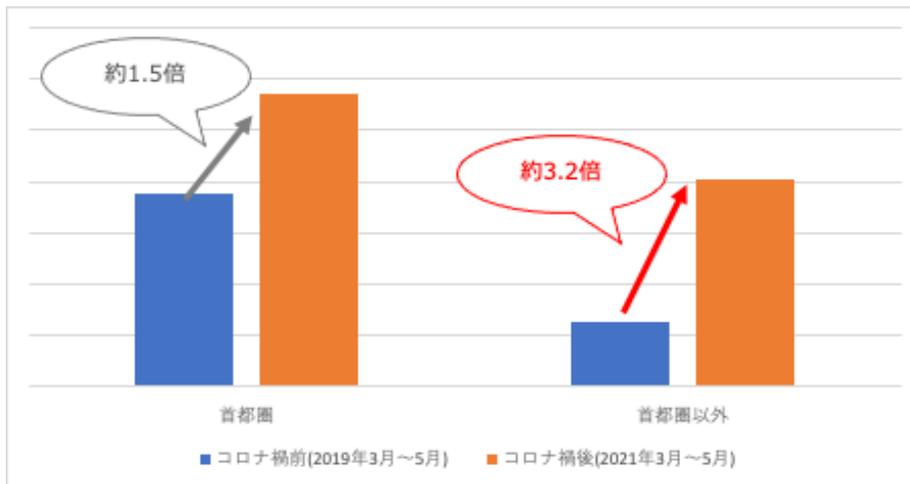
その変化の兆しは、社会人インターンシップサービス『サンカク』の参加者動向にも顕著に表れています。従来の『サンカク』イベントでは、参加者が会場に集まり、企業が提起する課題についてディスカッションを行っていましたが、コロナ禍によりオンライン開催にシフト。以降、地方からの参加者が増えているのです。

関西エリアを中心に、北海道、東北、東海、九州まで、幅広いエリアからの参加者が増加。その数は2019年と比較して3倍以上、エリアによってはそれ以上に伸びています。また、参加者の年代についても、以前は20代半ば～30代半ばが大多数でしたが、年齢層が広がっています。

本件に関する
お問い合わせ先

<https://www.recruit.co.jp/support/form/>

『サンカク』訪問者数比較 ※2019年3月～5月と2021年3月～5月の『サンカク』訪問者数で比較



地方からの参加目的は、「地元では得られない知見を得たい」

では、地方から『サンカク』に参加する人はどんな目的を持っているのか。

例えば、地方銀行でアプリ開発を手がけているAさんは、「UX」をテーマとするインターンシップに参加。「より上流の知識を付ける必要性を感じているが、地元には学びの場がない。ディスカッションを通じて知見をブラッシュアップしたい」と語っていました。

最近では「DX（デジタルトランスフォーメーション）」に関するテーマでの開催も多いため、Aさんのように地方企業でデジタル化推進を担う方が、最新の情報を求めて参加されるケースが多く見られます。

また、「地方創生」のテーマにおいても、「自分の地元の課題と共通しており、新たな知見を得れば活かせるのではないか」と考え、地方から参加する方が多くいらっしゃいます。

コロナ禍以降、オンラインセミナーが多数開催されるようになったため、全国どこに住んでいても「インプット型」の情報収集は手軽にできるようになりました。そうした中で、『サンカク』に参加する皆さんからは、こんな声を多くいただいています。

「自分の考えをアウトプットし、それに対して異業界・異職種・他社の人たちからフィードバックを受けられる場は貴重。インタラクティブに学ぶことで身になるし、楽しい」

学びへの意識が高いビジネスパーソンは全国にいます。

以前の『サンカク』はリアルなイベントだったため、地方での開催はハードルが高く、なかなか対象エリアを広げられませんでした。しかし、オンライン開催を定番化したことで、エリアの制限が取り払われました。ようやく全国の皆さんに、「インタラクティブな学びの機会」という価値を提供できるようになったと、手応えを感じています。

そして、「副業」を「学びの手段」として捉え、地方にしながら他エリアの企業の仕事を体験するチャンスも増えています。

■ 『サンカク』な人図鑑 – Who join Sankak –

奈良の自宅にしながら、東京・和歌山・岐阜の企業で副業

実際に、首都圏以外のエリアに居住し、東京やその他エリアで副業をしている方にお話を伺いました。
奈良県在住で、大阪府内の企業に勤務する安倍 直希さん（33歳）です。

安倍さんは、コロナ禍以前より『サンカク』イベントに参加。現在は「サンカク副業社員」※として、副業で『サンカク』運営に携わってくださっています。他にも、地元以外のさまざまなエリアで副業に取り組んでいるという安倍さんに、その目的と効果を語っていただきました。

※サンカク副業社員：『サンカク』会員の中で、『サンカク』のビジョン・ミッションに共感し、単なるユーザーとしてだけでなく運営の主体者として関わりたいと希望された方を対象に、副業という形式で『サンカク』の運営に関わることができる仕組みです。主に『サンカク』のメインコンテンツである社会人インターンシップのプログラムについて、株式会社リクルートの社員および『サンカク』を導入する企業と協働しながら実現する役割を担っていただいています。



- お名前：安倍 直希（あべ なおき）さん
- 居住地：奈良県
- 本業：インフラ系企業
- 『サンカク』活動開始時期：2019年3月～

—— まず、『サンカク』に参加したきっかけをお聞かせください。

2年半ほど前、当時はまだ「副業」への意識はありませんでしたが、「何か新しい体験がしたい」と考えていたところ、『サンカク』を知りました。「社会人インターンシップ」というワードを見て「面白そう」と思い、すぐに登録。開催は東京ばかりで、なかなか参加できずにいたんですが、大阪でイベントが開催されることになり、初めて参加しました。

ディスカッションでは、いろいろな企業に所属する人たちの多様な考えを聞いたのが新鮮で、楽しかったです。地元ではこのような場や機会は見当たりません。

その後、東京に出張するタイミングに合わせ、東京開催のイベントに参加。運営の裏側に興味を持ったので、「サンカクパートナー」に応募し、後に副業で関わることになりました。

今は『サンカク』のイベント開催がオンラインに移行したので、奈良の自宅にしながら取り組むことができます。イベントの立案者のサポート、企画、集客、スケジュール管理、参加者のアフターフォローなどのプロジェクトマネジメントを担当。開催状況によりますが、月に15~20時間ほど従事しています。

副業を探そうとしたとき、マッチングサービスはいろいろあります。けれど、「グループディスカッションを通じて、相手企業の課題や風土への理解を深められる」という点で、『サンカク』は希少な機会だと、運営に参加して改めて実感しています。

—— 「副業」へ踏み出したきっかけは？

きっかけはコロナ禍です。本業では、2020年4月からほぼテレワークに移行。それまでは通勤に往復3時間、身支度に1時間と、計4時間ほどを費やしていましたが、その時間が自由に使えるようになった。そこで、「何か新しいことを学ぼう」と。

本業はコロナ禍で大きなダメージを受けた業種ということもあり、この先何があっても生きていけるように、スキルアップを図りたいと思ったんです。そして、机上での勉強や大学院のカリキュラム受講などよりは、副収入を得ながら、実務経験を通じて学ぼうと考えました。

—— サンカク副業社員の他にも、地元以外のエリアの企業で副業をされているそうですね。

和歌山と岐阜の企業で、基本オンライン、たまに出張……という形で副業をしています。

仕事内容は、新商品のブランディングやイベント企画など。その前には、AIベンチャーでDXプランニングも手がけました。

副業先を探すに当たっては、「本業と同じことをしない」と決め、今まで経験したことがない業界・職種に注目しました。あとは「面白そう」という直感ですね。

本業では、営業・事業企画を経て、現在は経営企画を担当していますが、副業では本業でできない仕事を経験できています。機械学習やAIの知識が身に付き、「0→1」のビジネス立ち上げの思考法やノウハウも学べました。複数のタスクの管理力、プロジェクトマネジメント力も磨けていると思います。

—— 副業で得たものは本業にも生かしていますか？

本業は外部環境の影響を強く受ける業種なんです。だから、状況に応じて常に変化していかなければなりません。けれど、産業としては成熟しているため、組織の中に閉じこもっていると固定観念に縛られ、柔軟な発想ができないこともあります。その点、副業は視野を広げ、新たな視点を取り入れるのにとっても役立つと思います。

—— 安倍さんが期待する「学びの機会」は、地元では見つからなかった……とのことでした。今後、地元にどんな期待を寄せますか？

「副業」「ワーケーション」など、時代の流れに応じて新しい概念が生まれてきていますが、やはり首都圏でスタートしたり、確立したりしている。地方にやってくるのは、2周3周遅れだし、やってこないこともある。でも、これからはなるべくタイムラグをなくし、むしろ首都圏より先に仕掛けていく機会が増えればいいな、と思っています。

—— 副業しようかどうか迷っている皆さんにも、メッセージをお願いします。

難しいことを考えず、まずやってみたらいいんじゃないかと思いますね。副業であれば、失敗したところで、「本業」という基盤があるんですから。合わなければやめればいいわけだし、始めてみなければ合うかどうか判断できない。少しでも興味があるなら、失敗を恐れず踏み出してみたいはいいかなと思います。

—— 安倍さん、ありがとうございました。

『ミラキャリ通信 Vol.3』や、『リクナビNEXTジャーナル』の記事でもお伝えしたとおり、副業に対して期待と不安を持ち、まだ行動に移せていない方は、さまざまな機会を目にしたときに感じる直感的な気持ちを大切にすると良いと思います。それは、「純粹に面白そう！」「このテーマについてキャッチアップしたい！」「この会社の力になりたい！」などの気持ちです。

『サンカク』の場合、まずは副業で取り組むテーマに対し、数時間～1日のディスカッションからスタートし、「もっと関わりたい」と思ってから具体的な関わり方の話し合いがスタートします。また、1日体験型の「社会人のインターンシップ」といった、社外活動をスタートするための機会も用意しています。

不安なことを挙げだすときりが無いと思います。「やりたい」という気持ちに従って、まずは一歩踏み出すことが、素敵な出会いや未来への第一歩につながるのです。軽い気持ちでいいので、まずは挑戦してください。

■ 『サンカク』の社会人インターンシップとは

『サンカク』が提供する社会人のインターンシップは、大手企業からベンチャー企業まで企業規模や業種にかかわらずさまざまな企業が事業課題に関するテーマを掲げ、それらに興味を持ったユーザーがディスカッションを重ねてアイデアや解決策を提示していくサービスです。キャリアアップを目指すディスカッション参加者は、参加後に企業から副業や転職のオファーが届く可能性もあります。

2021年5月時点で、登録ユーザー数は累計5.9万人、社会人のインターンシップのサービスをご利用いただいた企業は延べ約370社になります。

■ 『ミラキャリ通信』バックナンバー

<p>● 【2021/4/26】『ミラキャリ通信』 Vol.8 「自己成長」を目的とした兼業・副業が増加—兼業・副業人材を活用したい企業が取り組むべきこと</p>	<p>https://www.recruit.co.jp/talks/recruit_voice/2021/04/miracari8.html</p>
<p>● 【2021/3/12】『ミラキャリ通信』 Vol.7 製造業における「DX」の課題とは—成功している企業の事例を紹介</p>	<p>https://www.recruit.co.jp/newsroom/recruitcareer/news/information/2021/210312-01/</p>
<p>● 【2021/2/24】『ミラキャリ通信』 Vol.6 「テレワーク」の導入で地方でも新しい働き方の推進を</p>	<p>https://www.recruit.co.jp/newsroom/recruitcareer/news/information/2021/210224-01/</p>
<p>● 【2020/11/27】『ミラキャリ通信』 特別編集 「ふるさと副業」への取り組みが加速中—新型コロナウイルス禍により「テレワーク定着」が追い風に</p>	<p>https://www.recruit.co.jp/newsroom/recruitcareer/news/information/2020/201127-01/</p>
<p>● 【2020/10/22】『ミラキャリ通信』 Vol.5 今注目される「DX」。しっかりと理解するために知っておくべきこと</p>	<p>https://www.recruit.co.jp/newsroom/recruitcareer/news/information/2020/201022-01/</p>
<p>● 【2020/9/18】『ミラキャリ通信』 Vol. 4 「ビジョン・ミッション・バリュー」の策定でコミュニティ全体の道しるべに</p>	<p>https://www.recruit.co.jp/newsroom/recruitcareer/news/information/2020/200918-02/</p>
<p>● 【2020/8/13】『ミラキャリ通信』 Vol. 3 本業とは異なる機会だからこそ副業では「自分の興味」を優先に</p>	<p>https://www.recruit.co.jp/newsroom/recruitcareer/news/information/2020/200813-01/</p>
<p>● 【2020/7/2】『ミラキャリ通信』 Vol. 2 「カスタマーファースト」でコミュニティの進化を</p>	<p>https://www.recruit.co.jp/newsroom/recruitcareer/news/information/2020/200702-01/</p>
<p>● 【2020/6/2】『サンカク通信』 Vol. 1 今だからこそ挑戦したい「オンラインディスカッション」</p>	<p>https://www.recruit.co.jp/newsroom/recruitcareer/news/information/2020/200602-01/</p>

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人一人のライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、メディア&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、4万5,000人以上の従業員とともに、60を超える国・地域で事業を展開しています。2019年度の売上収益は2兆3,994億円、海外売上比率は約45%になります。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人一人が輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにはない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：<https://recruit-holdings.co.jp/>

リクルート：<https://www.recruit.co.jp/>