

シリーズセミナー「早期戦力化」の新潮流#2

フリーランス/独立プロフェッショナルの戦力化 【パネルディスカッション】

<目次>

1. 仕事の全体像を明確にしてから発注すればフリーランスをより上手く活用できる
2. フリーランスと発注者、それぞれの見積もり方法とすり合わせのポイント
3. 経済的報酬に限らない対価の支払いで、トップフリーランスと仕事ができる
4. 企業のリテラシー向上がフリーランスとの協働を加速する
5. フリーランスの評価制度、フリーランスの絶対的評価は存在するのか？
6. 挫折を通じて自己のキャパシティを知れば、フリーランサー/パラレルワーカーとしてさらに先へと進める



1. 仕事の全体像を明確にしてから発注すればフリーランスをより上手く活用できる

佐々木) 工藤さんが発注側もプロフェッショナルである必要があると話してくださり、平田さんはどういう企業と働きたいかがかなり明確になっていると話してくださいました。そして、お2人は一緒に仕事をされたことがあるそうなので、その根幹を振り返るような質問をしたいと思います。まずは工藤さんに伺いたいのですが、平田さんと働く上で「こういったところは上手くできたのではないか」、「コミュニケーションの取り方をこうし

ていれば、より良い形で活躍していただけたのではないか」というところがあれば教えてください。

工藤) 反省する点はたくさんあります。僕自身が広報の経験がなかったため、フリーランスの方に依頼した場合、「どういう活動になっていくのか」や「どれだけお時間を使っていたのか」が正直なところイメージできていませんでした。仕事を進めながら「ヤバイ!」と思い、本を読んだり勉強したりしましたが、あらかじめもっと勉強しておけばよかったと思っています。

情報の共有についても、フリーランスの方への依頼内容が、採用広報なのか営業を中心としたお客さんを獲得する広報なのかがなかなか決まらず、二転三転してしまったところもありました。

平田) 前提として、どのようなお取引だったかをお話しますと、フリーランス協会立ち上げ後、自分自身が広報担当として動く仕事は店じまいしていたところに、工藤さんからご相談をいただきました。リソースはありませんでしたが、ぜひお力になりたいと思いましたので、「私がアドバイザーとして入り、別のフリーランスの方の育成やサポート、戦略立案をするという形はどうですか」とご提案しました。人材探しから任せていただいたので、信頼できるフリーランスの広報の方とチームで入ることになりました。

最初の要件定義で月に 10 時間から 20 時間程度のボリュームと伺ったので、それができる方に入ってくださいました。工藤さんが悪いわけではなく、広報の業務は、会社が成長してニュースやトピックが増えるにつれてどんどん増えていくものです。しかし、アサインしたフリーランスの方にリソースの拡張性がなかったため、工藤さんやメリービズさんからの期待値が増えていくのに対し、応えられなくなりました。そのため、私の方から、フリーランスでなく PR 会社へ切り替えてはどうかとご提案しました。PR 会社であれば従業員のリソースもありますので、業務量が増えたり依頼内容が変わったりしても、スケールを拡大できます。

佐々木) 工藤さんは、フリーランスの方とチームを組むには、発注量や仕事の全体像がイメージできていなければならないと改めて感じたということでしょうか。

工藤) 当初は、プレスリリースの発行や媒体への掲載などを行っていましたが、より幅広い取り組みをしようということでイベントを開催することになりました。広報の仕事の全体像がイメージできていないまま、「とにかく今よりよくならなければまずい」という思いでとにかく依頼してしまったのですが、もっと整理してからにすべきだったと反省しています。広報の中にも、プレスリリースが書ける、イベントの企画などプロジェクトマネジメントができる、など様々なスキルがあります。当時は理解不足で、依頼するフリーランスの方のスキルセットを把握せずに依頼してしまいました。依頼時にイベントを開催したいと伝えてあれば、そのスキルがあるフリーランスの方が選ばれていたかもしれません。

平田) 発注量や仕事の全体像を初めの時点で見定めるのはかなり難しいと思います。私自身はここぞという時は工数を気にせずなんでもやりたいタイプなので結果が出やすいので

ですが、すべてのフリーランスにそれを求めるのは酷かもしれません。メリービズさんは、工藤さんもすごくオープンでフラットに接してくださり、会社全体がウェルカムな雰囲気とで迎えてくださるので、とても仕事をしやすいお客様でした。

曾根) 仕事を依頼した時にリソースがなければ、多くのフリーランスは「無理です」で終わりますが、「私をアドバイザーにしてこの方を広報にしてはどうか」と逆提案してくれる平田さんのようなフリーランスは貴重な存在です。逆提案をしてくれるようなフリーランスをエンゲージしていく、逆提案をしていただけるような関係性を築いていくことができる企業は、社外の人材・チームとうまく仕事をする上で一歩先に行けるのだなと思いました。

2. フリーランスと発注者、それぞれの見積もり方法とすり合わせのポイント

佐々木) 見積もりの決め方についてですが、工藤さんと平田さんは金額条件をどのように決めたのでしょうか。うまく決めるポイントがあれば教えてください。

平田) 見積もりの依頼があり、こちらから提示したと記憶しています。私だけでなく、他のフリーランスも同じだと思いますが、価格は水物です。フリーランスの値決めには2つのロジックがあります。1つはコストアップです。フリーランスは自分の時間単価の目安を持っていて、実際に依頼された仕事を完遂するまでに何時間を要するかの工数を見積もり、単価との掛け算で金額を出すパターンです。もう1つは、成果報酬に近いですが、自分が関わることで得られる利益・出さうるインパクトへの貢献度合いというロジックで見積もる方法です。前者の場合でも、単価はあくまで目安なので、案件次第ではそれに関係なく見積もりを出すことがあります。工藤さんから見積もり依頼があった際は、いつもお世話になっている恩返しもしたかったので本来の自分の単価とは違う見積もりを出しました。逆に、人によっては自分がやりたくない仕事や自分でなくてもいい仕事は2倍や3倍の金額で見積もりを出し、なるべく断って欲しいという語弊がありますが、それでも依頼される場合に限ってお金のために引き受けるという仕事のスタンスもあると聞きます。

佐々木) プロフェッショナル側からすると、価格ありきではなく、ご自身の意欲次第で価格が決まってくるのですよね。企業側も見積もりを出す時は、「この仕事を受けてもらえるのか」「モチベーションにどう影響するか」など色々考えます。工藤さんは、見積もりを出されるときに意識していることや心がけていることはありますか。

工藤) 経理サービスを提供するお客様に対して見積もりを出す際は、工数ベースで考えています。また、フリーランスの方に適正な価格になるよう努めていますので、値切られたりする場合はお断りします。その点を理解してくださるお客様からの依頼を受けるようにしています。

佐々木) 間にいる存在として、フリーランスの方にも案件のことを話して、皆が納得できるような金額設定をしているということですか。

工藤) そうです。そして、中間の橋渡しの役割だけでなく、最初に顧客側へのコンサルティングなどをしますので、そこに工数を割くためにも、そしてフリーランスにしっかりお支払いするためにもお客様からは一定の金額はいただいています。

佐々木) 工藤さんのお話では、フリーランスと企業は同じサイドにいて値決めがなされるとのことですが、金額設定にはどのようなパターンがあるのでしょうか。例えば、企業がランサーズさんでフリーランスへ発注する時、提案者によって価格に差があると思います。例えば、「1つデザインを発注するのに最初から20万円では高過ぎないか」とか、「発注価格による違いはどれくらいあるのだろうか」などと悩んだりしますが、企業側が考えることにはどんなことがあるのでしょうか。

曾根) 企業が発注する時には、特定のフリーランスに決め打ちでお願いするパターンと公募のように複数の提案をもらうパターンがあります。前者の場合は、その人の持っているスキルの希少価値が高いので、フリーランス側の見積もりに基づいて価格を決めます。後者の場合は、相場を知るためにも相見積もりをとって、その中から依頼するフリーランスを選択したいという企業側のニーズがあります。例えば、ランサーズのプラットフォームであれば、同様の案件に対する他企業の発注価格を参考にして価格を決める方が多いようです。他企業が5~10万円を出していれば、同程度のレンジを提示して提案をもらう。中にはレンジを下回る価格で提案してくるフリーランスもいたりして、その提案を選ぶか選ばないかは企業の自由ですが、あくまでも適正価格は5~10万円であると認識しておくのが大切です。相場の価格より少し上乗せした金額にすると、良い仕事をしてもらえたり、依頼をまた受けたいと思ってもらえたりする1つのきっかけになりますのでお勧めです。

3. 経済的報酬に限らない対価の支払いで、トップフリーランスと仕事ができる

佐々木) そもそも、特定のフリーランスに依頼するのにかまらずに相場を見るのかを明確に分けて、それによって値段の出し方も違うのですね。特定のフリーランスに依頼するケースで、フリーランスの方から「だいたいの価格を決めてください」と問われた場合はどうしていますか。

曾根) 「決めてください」と言われたら悩みますが、私なら知り合いに相談します。近い職種の人に相談した結果をもとに、レンジを持って提案するというようにしています。価格については、ケースバイケースであるという印象です。

佐々木) 的外れな金額を提示して心象を損ねるのが怖い時は、同程度のスキルの人にあらかじめ相談してからレンジで提案するのは、確かに使えそうです。

平田) フリーランスの立場からすると、自分の感覚と違う金額を出されても「どうしてもあなたにお願いしたい」という気持ちを示してもらえると、人間なのでやはり嬉しいと思います。「予算はこれだけですが、なんとかお願いできる部分はないですか?」と言われると、全部はできなくても「その中のこういう部分だったらできますよ」などと逆提案してくれるフリーランスもいるのではないかと思います。

佐々木) なるほど。予算が限定されるにしても、その上でフリーランスの方に何ができるのかというところを決めてもらう、予算と意思のすり合わせが大事なんですね。

平田) フリーランスを選んでいる方は、稼ぐとか出世する以外の軸も持っている方が多いです。彼らにとっては、経済的報酬だけでなく、人との繋がりや社会的インパクト、成長、経験値なども報酬にあたると思いますので、組み合わせて提示する。例えば、「実績として PR やセルフブランディングに使ってください」など、お金ではない何かを提供することもできると思います。

佐々木) 工藤さんは、お金ではない報酬の提供という部分で、企業として工夫しているところはありますか。

工藤) 働きやすい環境を用意しています。仕事を必ず 2 名以上でチームをつくったり、お客様が参加していないフリーランスとメリービズ社員だけがいるチャットグループをつくって困ったことを言いやすくしたり、作業を細かいタスクにしたりしています。例えば、フリーランスの方が体調が悪くなった、天災などで被害をうけた等、仕事ができない状況の場合に安心して休めるような環境にしています。

逆に依頼する立場からすると、予算が決まっている場合はその範囲内にスコープを狭めたりして、その方の予算感から外れないようにしています。そして、特に初めてのケースでは、小さく始めてお互いに様子を見るようにしています。例えば、Web 制作であれば、最初から全てをお願いするのではなく、まずはランディングページを作るところからスタートしてどれくらいできそうかを確認してから大きな仕事を頼みます。人気のある方に頼みたくてもリソースがないことがあるので、ジレンマになるように思いますが、曾根さん、その辺りいかがでしょうか。

曾根) 先ほど平田さんがおっしゃっていた、断る理由として見積もりを高くしてくるといのは、過去に実際にありました。相場が 100 万円と聞いていた方に講演をお願いすると 250 万円だと言われ、受けたくないのだと察してこちらからお断りしました。例えば、すごく優秀で会社のミッションやビジョンに共感してくれるフリーランスの方がいて、プロジェクト型で 3 ヶ月・週 3 日稼働で 80 万円と見積もりをもらったとします。予算オーバーだけれどもどうしてもこの人と一緒にやりたいと思ったら、週 2 日稼働にするなど柔軟な対応ができるかを相談して折り合いのつく範囲でお願いしたりする。テストするわけではないですが、お互いの期待値を合わせるために、「まずは 1 ヶ月この価格でやりませんか」といった始め方をするのはとても有効だと思います。

佐々木) 企業の側の見積もりの力も大事ですが、フリーランス側の見積もりの力も大事で

すね。フリーランスが仕事の値付けを間違えれば、次の発注が無くなることもありそうです。最後の質問ですが、フリーランスの働く環境を整えていくために、考えたり動いたりしていることはありますか。例えば、体が資本のフリーランスの方が、万一倒れてしまったらどうなるのでしょうか。メリービズさんにはフリーランスがチームを作りお互いにカバーする仕組みがあるとのことですが、環境が整っていない企業もあると思います。

工藤) フリーランス協会では、保険の部分をしっかりやっておられますよね。

平田) はい。賠償責任保険と所得補償を提供しています。「おかげで安心して発注しやすくなった」という声も多くいただいています。佐々木さんのおっしゃる通り、体調などのリスクはありますので、できるだけバッファーを持つというのはフリーランス側が意識しなければならないことだと思います。発注する側も、今日、明日中というよりは、余裕を持った依頼の仕方をされた方がリスクヘッジになると思います。

工藤) 「自分がフリーランスだったらどんな受け方をしたいか」「急に短納期の依頼をされるのは嫌だろう」などと、想像してコミュニケーションをとるようにしています。チーム作りをするにも、例えば、長らく A 社の経理を担当していた人には、あえて担当から外れて新しい仕事をしてもらおう。医療関係の経理を長く担当してきたので経験として別の業界に入りたいと思っている方がいれば、希望に合う仕事をお渡しする。ずっと同じ仕事をしているとやはり飽きてしまうので、お付き合いを長く続けるために、そういった整理を少しずつ行っています。

4. 企業のリテラシー向上がフリーランスとの協働を加速する



曾根) 期待値のすり合わせができるかどうかは重要な点だと思います。

佐々木) 期待値のすり合わせをランサーズさんの仕組みでできれば価値が出ると思います。フリーランスのマッチングをしているのはランサーズさんの1つの価値ですが、フリーランスの未来を築く点においては、もっとできることがあるのではないかと期待もあります。

平田) マッチングだけでも十分世の中を変革していただいていると思いますが、いまは過渡期で、フリーランス側も発注するクライアント側も試行錯誤をしている段階ですから、両方に対して「こういう交渉や確認をすると良い」とか「こういった活用の仕方がある」というところを示すなど、これだけ大きなプラットフォームがリテラシー向上をしてくださればますますバリューがありますし、世の中のためになると思います。

曾根) 頑張ります(笑) 国・企業・個人がある中で、企業に課題があると私は感じています。経済産業省の「雇用関係によらない働き方研究会」に参加して、一番印象的だったのは、企業が求めているものと個人が身につけようとしているものにギャップがあったことでした。企業は個人に対して「コミュニケーション能力」とか「問題解決能力」のような、社員であれば確かに必要とされる能力を求めています。裏を返せば企業側が、要件定義など上手く発注するためのスキルが低いのだと思います。その部分を変えて行かないとなかなか前に進まない。一足飛びには変わりませんが、工藤さんのように経験を積まれた方が増えてくると、社会も変わってくるのではないのでしょうか。

工藤) 産業スパンが短くなっていることに関して、これまでは会社の文化にどっぷり浸かり、長ければ50年も同じ仕事をするような人がいたので、会社の部品として同じことをするジェネラリストの集まりができていました。産業スパンが短くなると、より多くのスペシャリストが必要になってきますが、企業はそれに追いついていません。そのため、特化スキル型のフリーランスが求められているのが現状です。企業側にある程度スペシャリストが育ってくると、「自分たちのチームの中で特にこの部分が足りないので、プロジェクトに参加してほしい」とフリーランスに伝えることができるようになって、発注スキルが上がります。また、必要な部分が明確にわかるので、ミスマッチが起きづらくなると思います。

5. フリーランスの評価制度、絶対的な評価は存在するのか？

佐々木) お三方に聞いてみたいことがある方がいらっしゃれば、どうぞご質問ください。

参加者 A) 2つお伺いしたいのですが、1つ目は、フリーランスの解釈にはプロフェッショナルと下請けの2つあるとされていて、依頼する側の解釈がすり合ってくると、フリーラ

ンスに依頼する業務内容や仕事の出し方が統一できるのではないかと考えています。そのあたりの話をお伺いしたいです。2 つ目は、とにかく時間が無い状況なので、フリーランスの方を選定するときの評価制度がもっと整っていただきたいと思います。ランサーズさんではそれまでの活動の評価や実績の数はありますが、仕事の質の部分の絶対的な評価があれば選びやすくなりそうです。例えば、使えば使うほどよりマッチするフリーランスの方が上位に表示されたりすると、さらにわかりやすいのですが。

平田) 1 つ目に関しては、会社員の中にスーパーサラリーマンとそうでないサラリーマンがいるように、フリーランスの中にもスーパーフリーランス、駆け出しのフリーランス、いろいろな方がいます。単純にスキルやキャリアだけで判断しづらい職種もありますし、相性によって評価が全く異なることもあります。例えば、以前に広報を担当していた家事代行マッチングサービスでも、人によって賛否両論が分かれる方がいました。「業務時間中は喋っている暇があったら手を動かして欲しい」というお客様もいれば、「ずっと黙ってられると怖いのでフレンドリーな人がいい」というお客様もいて、優劣の付けづらい部分もあります。ミスマッチのリスクを避けるには、期間も仕事内容も予算もまずは小さく始めることです。相性も含めて期待値を超えてくれそうであればだんだんと大きな仕事を任せていくのをお勧めしています。

2 つ目の評価制度に関しては、ランサーズさんにも、協会にもあります。先にご紹介したフリーランス DB は信用資産を可視化する試みです。フリーランス同士は、プロとしての自覚がありお互いをシビアな目で見ていますので、彼らのレビューはとても参考になります。お互いに 4 段階評価したり、レビューを書いたりして、定量・定性の両方で信用を蓄積して、例えば、他社でのマッチング、金融機関での与信評価などに使えるようにすることを構想しています。

曾根) フリーランス個人のいわゆる絶対的評価は存在するのでしょうか。例えば、中国のアリババでは、信用度を 800 点で評価する芝麻信用というものがあります。一定点数以下になると、クレジットカードの利用に制限が加わるなどします。日本でも今後、信用度に見える化はある程度進んでいくと思いますしかし、仕事上の評価と仕事外の評価がイコールかというそうでないこともよくあります。企業や部署がフリーランス個人に与える評価というのは、アナログな部分が大きいように思います。合う・合わないについては実際に仕事をしてみないとわからないですね。

佐々木) 時間の無い中で、フリーランスを選定して発注するまでの時間をどうしたら縮められるかについては、確かに悩むところです。

参加者 A) 例えば、デザイナーでは、仕事が早い、イラストが上手い、プロダクトが得意、など違いがあると思いますが、そういった点の評価は仕組みとしてはできるのでしょうか。

曾根) 仕組みとしてはできなくはありません。ただ、そこが本当に大事なポイントなのかがわからないです。結局、お気に入りかそうでないかの二択のようなところがあり、誰が

お勧めしているかが一番わかりやすい評価であったりもします。

6. 挫折を通じて自己のキャパシティを知れば、フリーランサー/パラレルワーカーとしてさらに先へと進める

参加者 B) 完全フリーランスでない副業人材の現場・可能性について教えてください。企業向けの人材開発をしていて、フリーランスになるか決めていないが、副業で力試しをしたいとか能力開発したいという人材が多いのですが、現場の実態はどうなのでしょう。

曾根) 副業についてお伝えしたいことは2つあります。1つ目は、副業はまだ思ったほど広まっていないこと。2つ目は、優秀な人ほど副業で一度は失敗することです。副業が意外に広がっていないのには、制度の壁、上司の壁、スキルの壁などの壁があることが原因です。もっとソフトなカルチャーにならないと副業をする人は増えていかないというのが実態です。そして、優秀な人ほど失敗するというのは、2018年に「副業うつ」という言葉が出てきましたが、私の周りにも副業うつになった人がいなくもないです。成長欲や意思が強い人ほど、タスク型ではなくプロジェクト型やミッション型の仕事を選ぶ傾向にあります。例えば、5人担当すると5人の上司それぞれから別のことを言われますので、それをどこまで受けられるかを見極めが重要です。会社の中の仕事でも同じで、私の場合は、会社の中で6つ以上のプロジェクトに携わると回らなくなるんです。パラレルワークをする優秀な人は一度セルフコントロールに失敗し、それを乗り越えた人はすごく先へと進んでいける。そういったノウハウも蓄積すれば、さらに変わっていくのではないかと思います。

平田) 私は取材で「パラレルワークはお酒と同じ」という話をよくします。優秀な人は引き合いが多くて、「副業を始めた」とSNSに書き込んだりすると、どっと依頼が来て、最初は嬉しいからついつい受けてしまうのですが、必ずパンクします。お酒も自分の限界まで飲んでみてはじめて自分の許容量がわかりますよね。経験を積むことで自分のキャパシティを知っていくというプロセスを、大なり小なり多くの方が通っています。

曾根) 「100万人に1人の人材になる方法」の著者である藤原和博氏が、「3つの分野で100分の1の希少性を獲得し、その掛け合わせで100万分の1の存在を目指すことが大事」と発信しています。これは副業にも当てはまると思っています。どれくらい距離の離れた掛け算をしているかが重要で、例えば、ランサーズのフリーランスの方で「マジシャン」×「翻訳」という方がいますが、分野の距離が離れているほどに希少性は高くなります。キャリアデザインをする上で意識するといいいのではないかと思います。

佐々木) 話は尽きませんが、一度ここで区切り、つづきはこの後の懇親会で是非お話いただきたいと思います。改めて、本日はありがとうございました。

Co-Growth では、今後も新しい発見や実りあるセミナーを開催していきます。
開催情報は随時 Facebook に掲載していきますので、ぜひ弊社ページをフォローしていただき、最新情報をチェックしてみてください。

Facebook : <https://www.facebook.com/cogrowthglobal>

●▲■ シリーズセミナー「早期戦力化の新潮流」とは

社会的なニーズが益々高まっている「新人・若手の早期戦力化」を対象領域とし、毎回「発見」のある新しい取り組みを、感度の高いプロフェッショナルと共有していくことを目的としています。1~2 ヶ月に1度、刺激を得られ、つながりが広がる楽しい場にしてゆきたいと考えています。