

埼玉県女性キャリアセンターのご案内

人材をお探しの事業者様

女性キャリアセンターでは女性求職者と求人情報のマッチングを行っております。人材をお探しの際は次のいずれかの方法で求人を出していただくと当センターから直接紹介状を発行できます。

●ハローワークを通して求人申し込み

ハローワークに申し込んだ求人情報は女性キャリアセンターでも閲覧できるため、当センター利用者に求人情報を提供し、紹介状を発行いたします。

●女性キャリアセンターに求人申し込み

女性キャリアセンターからの紹介を希望する場合は、直接お電話ください。当センタースタッフが御社の求める人材や勤務条件等を

伺い、求人票を作成し、利用者に案内します。

働く女性向け講座をご活用ください

県内在住または在勤で現在働いている女性を対象とした「働く女性応援講座」、「女性管理職向け研修」等を実施しています。社員研修の一つとしてぜひご活用ください。

※いずれのメニューも無料でご利用できます。講座については予約制です。日程はホームページまたはお電話でご確認ください。



- 利用時間 9:30～17:30(月曜日～土曜日)
- 休日 日曜日・祝日・第3木曜日・12/29～1/3・臨時休館日
- 電話 ☎048-601-5810(面談相談予約、お問い合わせ)
☎048-601-1023(電話相談)月～金 10:00～11:30 12:30～16:30
- 所在地 〒330-0081
さいたま市中央区新都心2-2
ホテルプリランテ武蔵野4階
(With Youさいたま)内
- 交通手段 JRさいたま新都心駅から徒歩5分、
北与野駅から徒歩6分
- ホームページ
<https://www.pref.saitama.lg.jp/swcc/>

女性キャリアセンター

検索



令和5年8月発行

●発行:埼玉県女性キャリアセンター

〒330-0081 埼玉県さいたま市中央区新都心2-2

埼玉県男女共同参画推進センター(With Youさいたま)内 ☎048-601-5810

●企画・編集:株式会社キャリア・ママ 東京都多摩市落合1-46-1 ココリア多摩センター5階 ☎042-369-0220(代表)

●制作:有限会社アワハウス 岩本真侍(アートディレクション) 角田敦胡(編集・デザイン)

在宅ワーク 発注者 ハンドブック



在宅ワーカーの活用で
企業の課題を解決!

発行/埼玉県女性キャリアセンター

メリットいっぱい 在宅ワーカーの活用

在宅ワーカーとは？

注文者から仕事の委託を受け、パソコンなどの情報通信機器を使って在宅で仕事をする個人事業主のことです。育児や介護などそれぞれの事情に合わせて柔軟に働くことができ、ワークライフバランスを実現できる働き方として注目されています。

総務省は副業・兼業を含む業務委託で仕事をするクラウドソーシング(発注者と在宅

ワーカーがオンラインで取引する方法)は働き方改革の一環として有効な手法であるとしています。大手調査機関によると2021年の日本のフリーランス人口は1,670万人と過去最多を記録しました。フリーランスの人は自身の仕事にプロフェッショナルな意識を強く持っており、リスクリング(学び直し)にも積極的であるというデータも出ています。

- 高いスキル**
高い専門性とスキルを有している。特にIT系、制作系では実績豊富な人が多い。
- 幅広い経験**
就職経験や、他業種の仕事も含めて幅広い社会経験を持っている。
- 多様性**
自社とは異なる属性や文化を持っているため多様性を実現できる。
- 客観的な視点**
自社を外から見ることができるので客観的な視点が役立つ。
- 仕事への意欲**
社会に参加したいという意欲が高く、やりがいを求めている。
- フリーランスとしての視野の広さ**
フリーランスとして複数の企業と取引をしているため、広い視野を持ち、向上心とプロ意識が高い。
- 適正なコスト**
仕事の質に見合った適正なコストで発注できる。

「新たな働き方の推進」という社会貢献

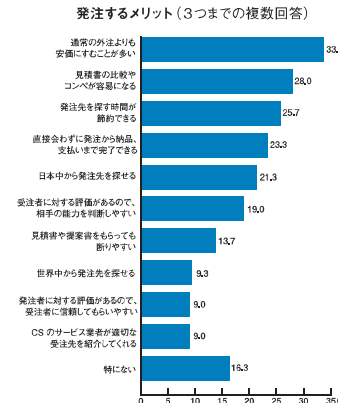
CONTENTS

メリットいっぱい在宅ワーカーの活用.....2	在宅ワーカーの探し方.....6
満足度も高い在宅ワーカーの活用.....4	社長に聞きました!.....8

発注するメリットとは？

企業にとって在宅ワーカーを活用する最大のメリットは専門特化し、即戦力となる人材を確保できることにあります。さらにその戦力は、繁忙期など必要な期間だけ活用することができ、自社の都合に応じて契約期間を設定できるため、自社の社員は主たる業務や営業に集中でき、業績向上を目指すことができるのです。

また、適正コストで発注できる、見積りや提案の比較ができるなどのほか、発注から納品までオンラインで完了するので時間や工数の削減にもなります。



【中小企業におけるクラウドソーシングの利用実態について】
日本及第金融公庫総合研究所 2020年7月調査
「クラウドソーシングを利用したことがある」中小企業 657社回答

比べて分かる 在宅ワーカーのメリット



外注企業に発注していた仕事や、社員を増やすほどではないが社内では手いっぱいの業務などを見直してみると在宅ワーカーの活用で解決できることも多い。

外注企業に発注する場合との比較	社員との比較
組織の利益や管理費がかからず適正コスト	教育研修費用が不要で専門特化した即戦力を使える
案件の大小に関わらず相談しやすい	希望レベルの仕事を発注できる
一案件を一貫して担当してもらえる	人件固定費、設備費、各保険、交通費、福利厚生費が不要
内容や期間の変更など柔軟に対応してもらえる	繁忙期など必要な時に必要な量だけ、戦力を投入できる
見積りや提案の比較がしやすい	第三者的な視点から物事をとらえられる

活用を成功させるポイント!.....12	忘れてはならない各契約書.....18
発注からフィードバックまで.....14	在宅ワーカー活用トラブル Q&A.....20

満足度も高い 在宅ワーカーの活用

どのような種類を発注している？

在宅ワーカーに発注する業務は、従来はデータや文章の入力作業などが主流でしたが、近年多様化しています。チラシやホー

ムページの制作、システム開発をはじめ経理事務、資料作成など多種多様な分野において在宅ワーカーが活躍しています。

事務系

文章・データ入力、プレゼン資料作成、取引書作成、伝票整理、宛名入力、添削・採点、問い合わせ対応、コールセンターなど

デザイン・映像制作系

グラフィックデザイン、WEBデザイン、映像制作・編集、音楽制作、DTP、イラスト作成、アニメ制作、WEBコンテンツ制作など

IT系

プログラミング、システム開発・構築、ネットワーク管理、SNS運用、情報検索、計算処理など

専門系

文字起こし、翻訳、経理代行、CADによる設計・製図、調査・マーケティング、メルマガ制作、広告メール制作、ライティングなど

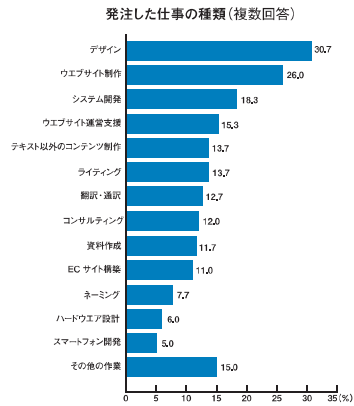


自社における各部署での活用イメージを広げてみる。新規プロジェクトに専門性の高い在宅ワーカーをメンバーに加えることも一案。

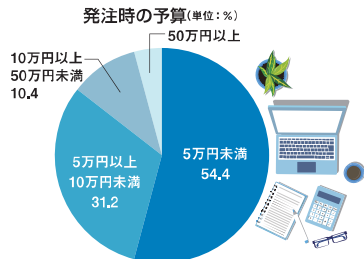
一件あたりの予算は？

発注する際の予算は「5万円未満」が過半数で、10万円未満である企業が85.6%を占めています。外注企業では依頼しにくいような少額の案件でも相談しやすいことが在宅ワーカーのメリットで、外注にかけられる予算が少ない企業にとって心強い戦力となります。

※「中小企業におけるクラウドソーシングの利用実態について」日本政策金融公庫総合研究所 2020年7月調査
4 「クラウドソーシングを利用したことがある」中小企業 657社回答



「中小企業におけるクラウドソーシングの利用実態について」
日本政策金融公庫総合研究所 2020年7月調査
※詳細はP4下

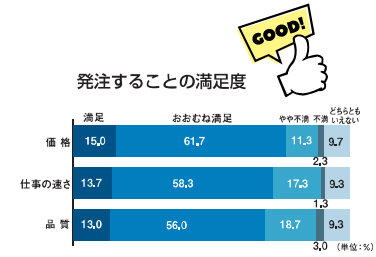


「中小企業におけるクラウドソーシングの利用実態について」
日本政策金融公庫総合研究所 2020年7月調査
※詳細はP4下

満足度はどのくらい？

「価格」「仕事の速さ」「品質」のいずれも「満足」「おおむね満足」の企業の割合が過半数を占めています。

仕事を発注する前に在宅ワーカーのスキルの確認を行うこと、仕上がりのレベルや細かな希望点を整理してあることが良質な成果物につながるのはいまでもありません。要望が明確でない、途中で変更が多いなどは在宅ワーカーが判断に迷い、負担が大きくなります。発注する側も協働作業のつもりで取り組むことが高い満足度を生むのです。



「中小企業におけるクラウドソーシングの利用実態について」
日本政策金融公庫総合研究所 2020年7月調査
※詳細はP4下

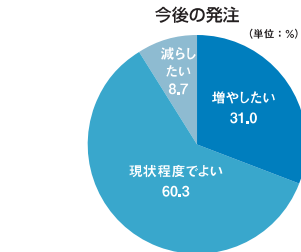


発注側にもスキルが必要。課題を明確にし、事前の十分な話し合いや相談が高い満足度を生む。

今後も発注する？

「増やしたい」「現状程度で良い」とした企業が91.3%であるのに対して「減らしたい」としている企業はわずか8.7%に留まっています。満足度に不満を感じた企業とほぼ同じ1割弱の数字であることから、仕事の成果によってその後の在宅ワーカーへの期待が決まると推測できます。

世界中から発注先を選べることも、在宅ワーカー活用のメリットです。1回の募集で希望通りの在宅ワーカーと出会えなかったとしても、何度か募集を重ねる内に要望を満たす人材に出会えることもあるのです。



「中小企業におけるクラウドソーシングの利用実態について」
日本政策金融公庫総合研究所 2020年7月調査
※詳細はP4下



都度、募集するのではなく、余裕のあるときに在宅ワーカーの選別・登録を行っておき、案件発生時に発注するスタイルも便利。

在宅ワーカーの探し方

募集方法は？

在宅ワーカーの探し方は広告で募集する方法やマッチングイベントに参加する方法などがあります。また最近ではクラウドソーシングでの募集も急増してきました。このほか、社員からの紹介、退職者からの応募・申し出、取引先からの紹介など信

頼性があり、求人コストがかからない方法もあります。

発注後、顔を合わせる機会が少ない在宅ワーカーですので、紹介やマッチングイベントなど直接会ってじっくり話をする機会が持てる相手だと安心感が高まります。

広告で募集

新聞、雑誌広告などで募集する方法がありますが、新聞や雑誌の広告料は割高なうえに、こうした紙媒体を見る読者は減少傾向にあります。

在宅ワーカーがパソコンやインターネットを使用して仕事をすることから考えても、広告を出すならWEBの方が効果的と思わ

れます。自社のWEBサイトで告知してもいいでしょう。



業務内容はできるだけ具体的かつ簡潔に記すことが重要。安心して応募できるように、条件や会社概要も明記する。自社ホームページへの誘導やEメールによる問い合わせにも対応できるようにしておく。

クラウドソーシングの活用

不特定の人(crowd=群衆)に業務委託(sourcing)するという意味の造語、クラウドソーシングはインターネットを活用したマッチングの仕組みです。企業は依頼概要をクラウドソーシング会社のWEBサイトに登録し、それに対して在宅ワーカーは作品や見積を提案します。互いに条件が合えば、契約へと進みます。登録は無料で、契約が成立した場合のみ料金を支払う

ケースが多いようです。

発注から契約、納品までオンラインで完結するため地域を問わず幅広く募集でき、多くの在宅ワーカーと出会うチャンスがあるのがメリットです。



マッチングサービスを提供するWEBサイトが急増しているが、扱っている分野、マッチングから契約に至るプロセス、支払方法などはそれぞれ異なるので利用規約等をよく確認する。

マッチングイベントに参加

企業と在宅ワーカーが集い、業務受発注の商談が行えるイベントです。ブース出展することで、さまざまなスキルを持った在宅ワーカーと数多く出会えます。在宅ワーカーはポートフォリオを持参するなどスキルを確認しやすい準備をして参加し、各人10分程度商談する面談時間も設けられています。書面だけでなく、人柄や雰囲気確かめたいという企業にとっては絶好の機会となるでしょう。



埼玉県女性キャリアセンター
在宅ワーク就業支援事業
[ビジネスマッチング情報]



業務内容など会社概要が分かりやすく伝わる資料を用意する。持ち帰れる会社案内や担当者名刺などは余分に用意しておく。在宅ワーカーのポートフォリオは必ず見せてもらう。



仲介業者へ依頼

在宅ワーカーを確保し、企業から請け負った仕事を在宅ワーカーに割り振る仲介業者を利用します。仲介業者は発注企業に代わって在宅ワーカーの募集、契約、報酬の支払などの業務を担うだけでなく、進捗管理や納品物の品質管理も行います。また、在宅ワーカーの教育を行っている

場合もあります。トラブルの心配なく、質の高い在宅ワーカーを安定的に確保したい場合には大変頼りになる存在です。



募集や契約、支払などの業務にかかるコストを削減できるのが最大のメリット。トラブルにはどの程度対処してくれるのかも確認しておく。

活用を成功させる ポイント!

課題を明確にする

在宅ワーカーを探す前に、自社にどのような課題があるのかを明らかにすることが重要です。必要な在宅ワーカー像を定義しやすくなり、応募してきた在宅ワーカーとのミスマッチを防ぐことができます。

労働力が足りない場合は、一定スキルの在宅ワーカーを複数選定することが必要になります。社内スキルが不足している場

合は、該当分野に精通したプロフェッショナルな在宅ワーカーを選定するのが良いでしょう。



自社の課題は部署ごと、担当者ごとに整理する。
現状の課題はもちろん、将来的な課題や事業の目標に合わせた課題も明確にする。

ルールを決める

社内業務の棚おろしを行い、社員が行う作業と在宅ワーカーに発注する作業を適切に切り分けましょう。どこから在宅ワーカーの仕事なのか明確なルール作りをしていくと、繁忙期などに社員は過剰な残業をすることもなく、発注も早めに準備して行えます。

切り分けた業務はプロセスごとにマニュアルを作成しておく、在宅ワーカーの増員や交代をスムーズに行うことができます。



業務フローを見直し、細分化してみる。
在宅ワーカーに発注する仮定で、現場の要望を丁寧に聞き取る。

価格は最初に決める

作業報酬として支払う準委任契約であれば、時間単価を決めた上でかかった時間数分の報酬を支払います。成果報酬として支払う請負契約であれば、工数にかかわらず納品された成果物や結果に対する対価として報酬を支払います。

成果報酬として単価を設定する場合、相場がある程度決まっている業務もあります。スキルや経験値、需要と供給のバラ

スなどにより変動することも考えられます。事前に在宅ワーカーと相談し、適正な価格で発注しましょう。値決めに迷った場合は、一般的にかかる作業工数と時間単価から成果報酬を算出すると良いでしょう。



作業報酬が成果報酬が決める。
在宅ワーカーのスキルも勘案し、適正な価格設定を。

いざというときは

万が一、何らかの理由で在宅ワーカーが仕事を続けられなくなった、という事態が発生することも考えておきましょう。途中から交代できる社員、あるいは在宅ワーカーの予備登録者など、いざというときにカバーできる態勢を整えておくことも大切です。

複数の在宅ワーカーを登録しておき、日



万が一に備えておくことが大切。
複数の在宅ワーカーを登録し、日頃からスキルの確認も行っておく。

リスクヘッジは忘れずに

仕事に関する詳細な情報提供や業務指示は、契約締結後に行うのが良いでしょう。報酬や成果物の条件、秘密保持契約など、きちんと合意し、契約書を交わしてから業務を開始することで、トラブル防止につながります。(P18、19参照)

また、初めて発注する際は、経験豊富な在宅ワーカーであってもまずは少量の仕事



秘密保持、情報セキュリティには細心の注意を払う。
いきなり大型案件を発注せず、発注前に在宅ワーカーのスキルや相性を確認し、小さな仕事からスタート。

頃からスキルの確認をしておく、突発的な事態が発生した際、慌てずに済みます。

を依頼し、スキルや自社との相性を判断してから大型案件を任せの方が安全です。

在宅ワーカーはパートナー

在宅ワーカーをチームの一員として考え、意見を取り入れることで信頼関係の構築につながります。

さまざまな企業と取引している在宅ワーカーには、社員にはない経験や独自のスキルがあり、使用ツールや仕事の進め方などが新鮮に感じることもあるでしょう。

社内風土を共有するだけでなく、在宅ワーカーの持つ文化や多様性を受け入れる



在宅ワーカーは対等なパートナーとして考える。
在宅ワーカーの客観性や多様性を柔軟に受け入れて、自社の成長に役立てる。

ことが刺激やヒントとなり、新たな成長の鍵が見つかるかもしれません。

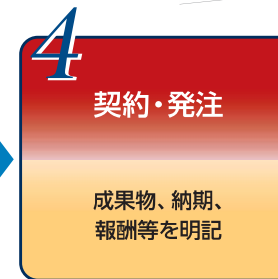
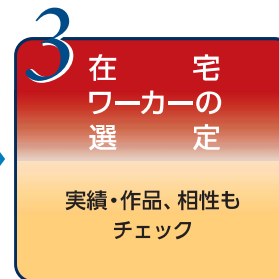
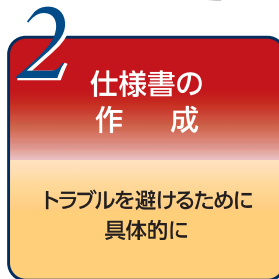
発注から フィードバック 1

1. 発注内容の決定・募集

社内で行う業務と、在宅ワーカーに依頼する業務のすみ分けや費用対効果を十分に考慮してから、在宅ワーカーに発注する業務内容を確定します。P4の在宅ワーカーの仕事の種類も参考にしてください。募集方法はP6、7を参考にして、自社に合った方法で募集を行います。

良い人材は余裕ある募集で

急遽、必要になってから在宅ワーカーを探すという方法もあるが、日頃から在宅ワーカーを募集し、登録しておいてもらうことが良い人材との出会いにつながる。さまざまな職種在宅ワーカーがいるので、自社のニーズも確認しておく。



次のページに続く

2. 仕様書の作成

発注内容は、仕様書としてまとめておくと、間違いがありません。後々のトラブルを避けるために、なるべく具体的に、誰が読んでも分かりやすい仕様書を作りましょう。



仕様書に記載すべき項目例

- 業務内容の詳細
- 必要なスキルや資格
- 標準的な作業時間・期間
- 納期
- 納品方法
- 報酬額
- 業務に必要なソフトウェアや機器類
- その他求める条件
- 募集スケジュール(締め切り・結果の通知予定など)

4. 契約・発注

在宅ワーカーに見積書の提出を依頼し、内容について合意後に業務委託契約書を交わします。(P18 参照) 契約書は双方が記名捺印を行ったものを2通作成し、各々が1通を保管します。これによって、正式な業務の発注となります。

報酬額は最初に明示

トラブルを避けるため、報酬額は最初の段階で明確にする。仕事の難易度や在宅ワーカーの能力、納品までの期間などを考慮し、発注希望額と見積書に大きな差異がないか、協議・相談できるか検討して決定する。



3. ワーカーの選定

応募者の過去の仕事歴や作品などを見て、発注する在宅ワーカーを決定します。在宅ワーカーのスキルは面接だけで見極めるのは難しいので、過去の作例や作品は必ず見せてもらいましょう。時間的な余裕があれば、簡単な試験や試作(トライアル)を課すことも一案です。

在宅ワーカーのチェックポイント

- 過去に同様・類似の仕事経験があるか
- 所持している資格
- 作業環境(所有しているパソコン、ソフト、機器類)
- コミュニケーション能力
- 自社との相性や積極性



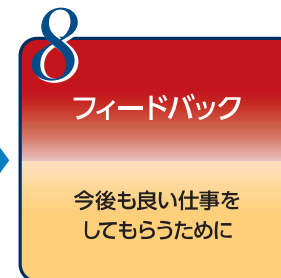
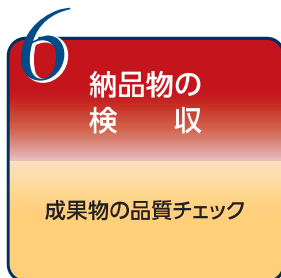
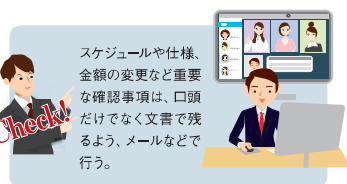
発注から フィードバック 2

5. 進捗管理

納期の遅れ、仕様と異なる成果物が納品されるなどのトラブルを未然に防ぐために進捗管理が重要です。途中、成果物を確認し、必要があれば軌道修正を行います。

在宅ワーカーとの連絡窓口を明確にし、電話やメールはもちろん、掲示板、チャットなど、インターネットを使ったコミュニケーションツールも活用して、こまめに連絡が取れる

体制を整えておきましょう。



前のページからの続き

6. 納品物の検収

在宅ワーカーから納品された成果物は、仕様書と照らし合わせて、不備がないか確認します。ミスや不足があれば修正作業を依頼します。

成果物が不完全であった場合や契約内容と異なる場合の補償や損害賠償などについては、あらかじめ契約書に定め、在宅ワーカーに注意を促しておきます。

仕様書や契約書の重要性

修正の量や回数によってトラブルになることがある。
仕様書や契約書を作る段階で、どこまでが契約内の修正でどこからが追加修正なのか明確にしておくことが重要。



7. 支払

納品が完了したら、契約書に定める支払期日までに、在宅ワーカーに報酬を支払います。在宅ワーカーに金額を通知し、請求書の発行を依頼します。請求書を受け取る際には、在宅ワーカーの印が押されているか必ず確認しましょう。(報酬の支払期日は成果物を受け取ってから起算して30日以内とし、遅くとも60日以内として契約書

に定めておく)

在宅ワーカーの報酬を決める要素

- 仕事の難易度
- 在宅ワーカーの実績や能力
- 納品までの期間(急ぎの場合は特急料金とするなど)
- 単発案件か継続案件か(継続して発注する代わりに割引いてもらうなど)

8. フィードバック

今後も在宅ワーカーと良い関係を継続するためには、良かった点、今後改善して欲しい点など、納品物の評価をフィードバックすることも大切です。あら探しではなく、あくまでも今後より良い仕事をしてもらうための前向きなコメントをすることは、在宅ワーカーのモチベーションの向上にもなり、信頼関係の形成にもつながります。

自社のためのフィードバックも重要

在宅ワーカーの選定の方法、発注する際の仕様書や説明の仕方、進捗管理等が適切にできたかなどを省みることも重要。上司が成果物を客観的に評価し、担当者にフィードバックすることで、発注スキルも向上する。



在宅ワーカー活用 トラブルQ&A

直接会うことが少ない在宅ワーカー コミュニケーションのとり方は？



電話やメール、ZoomやTeams、Chatwork、Slackなどのコミュニケーションツールを使ってこまめに連絡を取り合うことが重要です。仕事の進捗確認だけでなく、家庭の状況や体調などにも配慮しつつ信頼関係を築くことが、スムーズな業務の進行につながります。



事例

- A社の場合**
初回だけ顔を合わせ、それ以後は電話、Eメールなどで連絡を取り合っている。
- B社の場合**
普段はEメールなどで連絡。月1回程度、顔を合わせる機会を持つようにしている。
- C社の場合**
遠隔操作でワーカーとパソコン画面を共有し、作業の説明をすることもある。

納期を守ってくれないことがある



着手前に在宅ワーカーとよく話し合い、無理のないスケジュールを立てることが大前提です。作業が長期にわたる場合は途中何度か確認地点を設け、遅れないか確認しましょう。予定よりも時間がかかる等問題があれば早めに相談するよう、前もって伝えておきましょう。

顔を合わせて話す機会が少ないため、在宅ワーカーが一人で困りごとを抱え込まないよう相談しやすい雰囲気を作っておくことも大事です。



事例

- A社の場合**
納期に余裕を持たせて依頼。万一の時は社内でカバーする。
- B社の場合**
特別な事情がある場合は考慮するが、何度も遅れる場合は契約解除も視野に入れる。
- C社の場合**
常にワーカーと連絡を取り合い、問題が発生する前に相談しやすい関係を作っている。

期待していたよりも低い品質だった



中間報告・相談の段階で発注者の希望と成果物にズレがないか確認しながら進めることが前提です。認識のズレが生じないように、仕様書に求める成果物のイメージを具体的に記しておくことも重要です。仕様書と照合して求めるレベルに達していなければやり直してもらうことができます。取引の浅い在宅ワーカーの場合、このような事態を想定して、納期を早めに設定しておくこと安心です。



事例

- A社の場合**
ラフ案や校正の段階で、細かく指示を出す。指示に従って修正できない、期待するスキルレベルに達していない場合は、次回以降の発注を見合わせる。
- B社の場合**
指示に問題があった場合やコミュニケーション不足によるイメージのズレが原因であれば、再度説明し修正を依頼。在宅ワーカーのスキルの問題であれば、社内のスタッフが制作し直す。通常は採用の段階でスキルをチェックするので、ほとんどこのような問題は発生しない。

複数の在宅ワーカーに依頼すると 出来上がりの質にばらつきが出る



採用する前に実績の制作例をチェックし、トライアルを課すなどして在宅ワーカーのスキルを確認することで、この種のトラブルはある程度避けることができます。

また、いきなり大きな仕事を依頼せず、最初は小さな仕事をしてもらってスキルや仕事への取り組み態度を見て、段階的に大きな仕事を任せるといいでしょう。



事例

- A社の場合**
あまりばらつきが目立つ場合、成果物の質の低い在宅ワーカーには、別の仕事を依頼する。
- B社の場合**
質が低いと思われる在宅ワーカーには、希望する品質の成果物を見せたり、そのレベルに合わせてもらう。
- C社の場合**
過去の制作実績をじっくり見てから依頼するため、ほぼこのようなトラブルはない。万一の場合は、社内の制作スタッフが手直りする。



在宅ワーカー活用トラブル Q&A

在宅ワーカーが制作したコンテンツ、著作権はだれのもの？



コンピュータプログラム、映像コンテンツ、制作物のデザイン、文章など、成果物の著作権は「著作物を創作する者」が持つ権利です。このため、在宅ワーカーの制作物であれば、在宅ワーカーに帰属するのが原則です。

ただし、財産権としての著作権は譲渡することができますので、あらかじめ契約時に、どちらに帰属するか決めておくことです。在宅ワーカーから発注者に権利を移転する場合の対価、在宅ワーカーに帰属する場合の使用許諾の対価を明確にしておきます。詳しくは右のWEBサイトが役に立ちます。

事例

A社の場合

作業に入る前に、在宅ワーカーと業務委託契約書を結び、在宅ワーカーの制作物を二次利用する場合の条件を明文化している。

B社の場合

契約時に使用許諾の範囲をあらかじめ決めて発注し、買取している。使用範囲外の例外時のみ交渉。場合により、有償、無償あり。

公益社団法人
著作権情報センター
<https://www.cric.or.jp/>



一般社団法人
コンピュータソフトウェア著作権協会
<https://www2.accsjp.or.jp/>



自社の都合で仕様変更が生じやり直しをしてもらうことになった



仕事が始まってからの仕様変更は、当初想定していた作業量や時間が増えることになり、在宅ワーカーにとっては物理的にも精神的にも負担になります。気持ちよく作業に応じてもらうために、理由を丁寧に説明し誠意をもって協力を求めましょう。

スケジュールや報酬も当初の想定とは異なってくるので、在宅ワーカーとよく話し合って新たな納期や報酬の追加分などを

決めましょう。

事例

A社の場合

契約段階で、仕様変更や修正の回数を決めている。これを上回る場合は別途料金を支払う。

B社の場合

実制作に取りかかる前にかなり精密なラフを提出してもらい、途中の修正を極力少なくしている。制作期間も多めにとっている。

情報の漏えいが心配



情報の漏えいは、企業の存続を脅かす重大な問題です。在宅ワーカーとは守秘義務契約を交わし、必ず守ってもらいます。(P19参照) 万一に備えて、個人情報漏えい賠償保険などに加入するのも一案です。

また、データベースの作成など、個人情報の取り扱いを在宅ワーカーに委託する際は、業務上必要な情報のみを抽出して渡す、パスワードを設定して情報をやり取りする、業務終了後は速やかにデータを消去するか返却してもらうなど、細心の注意を払った

上で発注します。



事例

A社の場合

顧客情報や新規事業などに関する情報漏れがあり責任の所在を明確にする必要が生じた場合は、弁護士と相談の上対応する。

B社の場合

作業に入る前に、在宅ワーカーと業務委託契約書を結んでいる。その中に守秘義務についても盛り込んでいる。

持続可能な企業経営に在宅ワーカーを!

経営環境が著しく変化する昨今、持続可能な企業経営には3つの要素が必要であるといわれます。

- 1) 社会における明確な存在意義のある事業
- 2) あらゆる面で無理をしないゆとりある仕組み
- 3) 変化する社会や時代に応じた柔軟な態勢

在宅ワーカーは、これらを満たす新たな働き方と経営資源になると考えられています。活用方法もまだまだ開発途上。

埼玉県女性キャリアセンターでは企業と在宅ワーカーとのマッチングをお手伝いする「ビジネスマッチング交流会」や、導入方法や事例を紹介する「在宅ワーカー活用セミナー」などを開催しています。また、企業担当アドバイザーによる個別相談も行っています。

