

雇わずに
プロシエアリング
する!

外部プロ人材 活用成功事例



(株)サーキュレーション
代表取締役 久保田雅俊

No.8 老舗米菓メーカーが自社ブランド開発体制の構築に成功

プロシエアリングとは、高い職能を持って複数企業で同時に活躍するプロフェッショナルを、経営課題に合わせて「雇用」ではなく「活用」という、新しい人材活用の手法です。2014年の設立以来、サーキュレーションには約15,000名のプロが登録し、約7,800件のプロジェクトで実績を上げてきました。プロジェクトは経営要素の強い案件が多く、新規事業の企画推進や、人事・広報等のミドルオフィス支援、さらにはIPO関連から中期経営計画の策定、CFOのシェアなども実行しています。

マーケティングのプロが 戦略展開をアドバイス

今回は、昭和39年創業され、58年目を迎える阿部幸製菓におけるプロシエアリング活用事例をご紹介します。ちなみに、昭和39年は株式会社化した年であり、実際の創業は明治32年とされ、120年以上の歴史があります。阿部幸製菓社のメイン事業は、「柿の種」などの米菓製品の製造です。そのほとんどが業務用の取引による出荷のため、流通量の波に左右されやすいのが悩みでした。対策とし

て2018年頃に発売したのが「柿の種のオイル漬け」や「かきたね」という自社商品です。2年かけて販売実績は伸びていたもののブランド戦略のノウハウがなく、商品の先行きが不透明な状態となっていました。

そこで、自社商品を発信し続けていくための相談相手としてプロ人材を紹介し、ご支援した事例です。

課題

自社ブランドを展開する
経験がなく担当者もいない

「柿の種のオイル漬け」も「かきたね」も、発売から2年ほどかけて少しずつ市場や消費者に認知されていきました。「柿の種のオイル漬け」は、展示会への出品をきっかけにテレビなどのメディアに取り上げられて話題になったこともあります。一方で社内にはこれらの商品が売れたと自信を持って言えなかったと担当者はお話されていました。単純に「柿の種をこんなふうに食べてもらえたら」という発想で開発した商品のため、同社としては「たまたま売っただけなのではないか」とすら思っていたとのこと。

また、長年業務用の製品に注力してきたため、社内には自社商品

のマーケティングに取り組んだ経験や知見がなく、専門の部署もなかったため、今後の商品戦略、ブランド戦略の展開に迷っていたところでした。そこで、プロの相談相手にアドバイスをいただきながらマーケティングを進められないだろうかとのご相談となり、プロシエアリングを活用いただくことになりました。

解決策

課題を3テーマに絞り、
体制を構築、戦略を推進

今回は合計4名のプロ人材の方と面談していただき、そのなかで実績も能力も申し分なく、同社としては、何より話したときの波長が一番心地良かったという、南坊氏にご支援いただくこととなりました。南坊氏は、電通・メルカリでマーケティング・ブランディングのキャリアを積んだプロ人材です。面談の場でちょっとした課題を投げかけてみたところ、フレームワークに沿った論理的な回答をする方が多いなかで、南坊氏は経験に裏打ちされた自分の感覚を重視したアドバイスを語ってくれたそうです。そのことも同社が南坊氏にお願いしようと思った理由の1つでした。

南坊氏には月に1回・2時間の

■久保田雅俊

1982年生まれ、静岡県出身。学生時代から複数の事業立案を行う。21歳の時に、進学塾を経営していた父親が意識不明となり、10年間にわたって介護。継続不可能となった父の会社を自身の手で清算することとなる。その経験から企業経営には「金」以上に「人の経験・知見」が必要であるという考えにたどり着く。2014年株式会社サーキュレーションを設立。プロフェッショナル人材の経験とスキルを複数社で活かすプラットフォーム（プロシェアリング）を運営している。

■株式会社サーキュレーション

本社：東京都渋谷区神宮前 3-21-5 サーキュレーションビル ForPro
TEL：03-6256-0467 URL：https://circu.co.jp/

ミーティングに参加してもらい、普段は週に1回程度メールでやりとりをする形で支援がスタートしました。コロナの影響もあり、支援の後半はZoomを使ったオンラインのみのコミュニケーションとなりました。最初の2ヵ月間で現状を整理し、「社内の商品ブランド開発体制の構築」「『柿の種のオイル漬け』のリブランディング」「『かきたね』のリブランディング」の3つのテーマで走ることに決まりました。

基本的には会社としてやりたいことをまとめたアジェンダを事前に渡し、ミーティングで実際にアドバイスをもらうといったやり方で進めていきました。

●新たにブランドマネージャーの役割を定め、社内の商品ブランド開発体制を構築

南坊氏からは部門に置く役割についてアイデアをいただき、商品ごとの「ブランドマネージャー」をアサインすることにしました。

●「柿の種のオイル漬け」の商品ラインナップを見直し、リブランディングを実施

元々、「ご飯にかける柿の種」として、「にんにくラー油」「パンに塗る柿の種」として「ピーナツバター」の2種類の味がありましたが、ブランディングの観点から、まずは「ご飯にかける柿の種」として浸透させたほうが消費者に



左：プロ人材 南坊泰司氏
中央：阿部幸製菓株式会社 広野剛士氏
右：サーキュレーション コンサルタント 佐藤佑亮

分かりやすいのではという意見をいただき、「ご飯にかける柿の種」に特化し、そのシリーズとして新たに「だし醤油仕立て」を考案、リブランディングを図りました。

●「かきたね」の内容量と価格、パッケージのバリエーションを見直してPRとリブランディングを実施

「かきたね」については、量と値段、そしてパッケージのバリエーションを変更する形でリブランディングを進めました。

成果 商品展開ノウハウを蓄積 利益率を高め、販路も拡大

一連のアドバイスで、同社は以下のような成果を得ました。

- ①社内体制が強化されたことで新たな商品展開にも戦略的に対応できるようになった
- ②「柿の種のオイル漬け」から新商品を開発。新たなブランド展開を推進できた
- ③「かきたね」は内容量を減らし単価を上げて利益率がアップ、

成功事例

- No.1 次世代の人事戦略は「未来からの逆算思考×経営思考」で描く
- No.2 老朽化した人事制度をプロ人材とともに再構築し離職率を改善
- No.3 元GMOグループ取締役が参画し「売れるECの土台作り」に成功
- No.4 世界最大手出身のプロ人材が、創業200年老舗和菓子メーカーをリブランディング
- No.5 元スタートアップCXOを社長参謀に迎え、売上を2倍に
- No.6 元トヨタのプロ人材が食品専門商社で業務効率化を実現
- No.7 グローバル経営人材のアドバイスでECサイト事業に成功
- No.8 老舗米菓メーカーが自社ブランド開発体制の構築に成功

販路も広がった

プロシェアリング×老舗米菓メーカーの支援ポイント

自分たちでブランド戦略をどう進めたらいいのか分からない、あるいは判断が正しいか不安になった場合は、経験豊富なプロ人材の目線からアドバイスをしてもらったり後押しをしてもらったりすることで、自信を持ってプロジェクトを進めることができます。また一般的なマーケティングの手法やフレームワークが効果を発揮するシーンがありますが、企業の想いを大切にしたいうえで、経験を元に感覚的に判断する視点も大切です。ブランド戦略の経験豊富な人材は実際に採用するとなると、非常に希少価値が高く、給与も高い傾向にあります。そのような人材を採用したいという要望があった場合は、プロシェアリングの活用を検討・提案してみてもいいでしょうか。