

新しい 人材活用 プロシエリング

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 福田 悠

No.41 信頼するプロの伴走を得てEC販売の月商が330%増加

プロシエリングとは、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20,000名以上のプロが登録し、15,000件以上のプロジェクトで実績を上げてきました（2023年7月末時点）。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。

郷土料理の販路拡大のため ECサイトの強化を模索

今回は、そのなかから(有)東北いちば様（以下、同社）が、プロ人材とEC強化に取り組んだ結果、月商が330%増加し、3年後までの見通しを立てることに成功した際のプロシエリング活用事例をご紹介します。

同社は宮城県仙台市で1999年2月に設立された従業員160名ほどの企業で、東北の郷土料理であるしそ巻きの生産が主な事業で

す。

課題

**独学でECに挑戦するも
ノウハウ不足で成果出ず**

郷土料理の「焼きしそ巻き」や「松前漬け」を製造販売している同社。これまで卸売販売が中心でしたが、社会のデジタル化への対応と新たな販路開拓を図るため、自社ECサイトを開設し、消費者に直接販売を行うことにしました。

しかし、社内にはEC販売のノウハウがなく、常務が独学で半年間ほど取り組んだものの、成果が出ませんでした。社内に相談できる相手もおらず閉塞感も募るなか、取引先の銀行の担当者からプロ人材活用を促進する仙台市事業を紹介され、必要な時に専門性の高い人材を雇用せず活用できる「プロシエリング」に出会いました。

解決策

**効果分析ツールを整備
スピード感を持って挑戦**

サーキュレーションからは「プロ人材を活用したEC強化」という解決策をご提案しました。

今回ご推薦したプロ人材の池田直樹氏は、大手ゲーム会社やアマゾンジャパンなどでマーケティングや新規事業、EC分野の経験が

豊富で、深い知見を持ち、CMOなどのポジションでも活躍されたプロ人材です。

●現状把握とターゲットの明確化

まず池田氏はEC業務の棚卸しと、専任でリードする常務以外の販売体制やオペレーションを確認しました。次に顧客をより具体的にイメージするためのペルソナの作成に向けた議論を行い、「自社の商品を誰が買ってくれるのか」を言語化しました。

●マーケティング戦略策定

そのうえでECサイトの基本戦略方針を策定し、各施策のマーケティングフローの立ち上げなどを行いました。

●マーケティング施策の実行と分析

これらのマーケティング施策を継続しながら、池田氏は施策の効果分析ツールを整備しました。施策にはうまくいくものもいかないものもありましたが、思った通りの成果がすぐに出なくてもスピード感を持って振り返ることが重要だと導きました。

●施策の継続

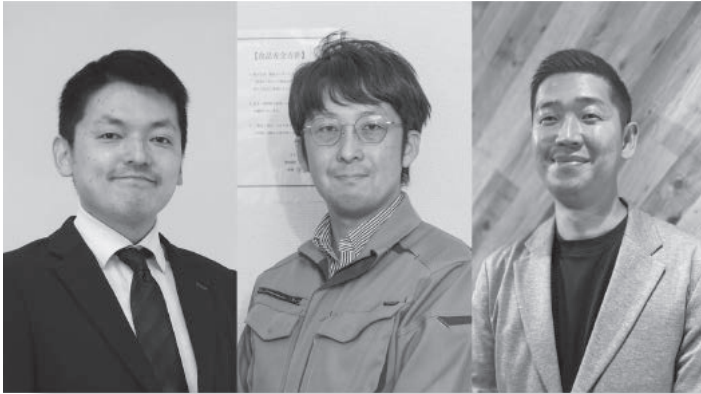
コラボなど、様々な企画プロジェクトの実施を行いながら、月次で振り返りを継続し、常務と池田氏は毎日のようにオンラインミー

■福田 悠

中央大学理工学部を卒業後、大手総合人材サービス企業へ入社。製造業を中心とした約600社の人材採用を支援。大手法人顧客専属部門を経て、同社初となる社内ベンチャーの立ち上げに携わる。2014年、サーキュレーションの創業に参画。中小企業や製造業大手顧客を担当しながら、地方金融機関とのアライアンス、地方7拠点の設立を主導。オープンイノベーションコンサルタントのプロとしてレガシーマーケットの変革を志し、プロシエリング本部を管掌。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(プロシエリング)を運営。

■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/



左：プロ人材 池田直樹氏
中央：有限会社東北いちば 常務取締役 柴田智基氏
右：サーキュレーション 竹内大希

ティングを重ねていたそうです。しかしプロジェクト終了まで残り2ヵ月というタイミングで、唐突にも池田氏が亡くなったと知らせを受けました。最大の危機に直面しましたが、常務は池田氏と真剣に取り組んできたプロジェクトをここで止めるわけにはいかないと思い直し、「これまでの池田さんの支援に報いるためにも、最後までプロジェクトをやりきろう」と決意を新たにしました。

成果 月商330%の成長を達成 PDCAの重要性を学習

同社はプロシエリングの活用により、ECの月商が330%まで成長。3年先の見通しも立てられ、施策実行のノウハウだけでなくスピード感や継続することの重要性も学びました。具体的な成果としては以下の2つが挙げられます。

①プロジェクト開始前は15万円ほどだったECサイトでの売上

が、開始翌月には30万円に倍増し、4ヵ月後には65万円までに到達した

②ECサイト運用は、思った通りの成果がすぐに出なくても、スピード感を維持しながら、継続的にPDCAを回していくことが重要だということを学んだ

プロシエリング×EC強化 プロジェクトでの支援ポイント

ECサイトを立ち上げ、軌道に乗せ、実際に成果を出していく担当者の確保に向けては、まず社内での人事異動、兼務アサインが選択肢になります。しかし、そもそも候補者が社内にはないケースはありがちです。その場合は経験者採用の強化などの方法がありますが、採用コストがかかり、また適材の見極め、事業の稼働までの時間も必要で、ハードルが積み上がってしまいます。

成功事例

- No.36 社員発案ビジネスアイデアの新規事業化を高速で推進
- No.37 人事部を新設し採用担当者を育成、新卒採用倍増も
- No.38 数値可視化の仕組みを築き、データドリブンな組織を実現
- No.39 未経験だったインテリアブランドの立ち上げに成功
- No.40 早期に即戦力人材を獲得、採用ノウハウの内製化も実現
- No.41 信頼するプロの伴走を得てEC販売の月商が330%増加



オンラインショップでも展開する
「鉄板焼きしそ巻き」

一方で、今回の事例のように、実際にECのプラットフォームでの経験・知見や事業会社でのEC強化支援の実績が豊富な人材に伴走してもらうことができれば、非常に効果的で魅力的な成果を達成できます。また、社内メンバーの人脈以外でプロ人材を探す手段として、業務委託を通じてアドバイザーになってもらう方法があります。雇用時に発生しがちなミスマッチリスクなども低減でき、有効な手段となりえますので、ぜひこのような活用も検討ください。

ECの設計・運用の豊富な経験とノウハウを持ち、順序立てて導入を進めて、大きな成果を出せる人材というのは実際に採用するとすると、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エリングの活用を検討・提案してみてもいかがでしょうか。