

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.52 新規事業における顧客インタビューの実施・内製化に成功

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24,000名以上のプロが登録し、17,000件以上のプロジェクトで実績を上げてきました（2024年4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。

新市場へ新商品を 投入していくプロジェクト

今回は、株式会社タカギ様（以下、同社）が、プロ人材と新規事業として商品企画案を具体化するための、顧客ターゲットや顧客課題に関する仮説検証のプロジェクトに取り組んだ結果、解像度の高い課題と仮説を社員だけで立案できるようになったプロシエリング活用事例をご紹介します。

同社は1961年に設立された従業員1,400名以上の福岡県北九州市に本社を置く企業です。「全従

業員の物心両面の幸福を追求すると同時に、人の暮らしに快適と潤いを与え社会の発展に貢献する」を経営理念に掲げ、家庭用園芸用品・家庭用浄水器・省エネ商品の開発・製造などを行っています。

課題 市場調査を進める 足がかりがほしい

同社は新規事業として、新市場に向けた商品企画案を具体化するために、顧客ターゲットや顧客課題に関する仮説検証や商品化へ向けたリスク払拭を目的とした市場調査の実施を検討していました。しかしこれまでは既存事業の新商品開発にリソースを集中していたため、新しい市場に対する新商品開発の進め方について、知見が不足していました。まずは、ユーザーインタビューの設計から仮説検証まで実施が可能な体制を早急に構築したいと考え、また最終的には社内で内製化できる状態を目指し、様々な会社に相談していました。そのような状況で、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 現状を把握し、 仮説を立て改善を実施

サーキュレーションからはプロ

人材のご紹介とともに「新規事業におけるユーザーインタビューの強化」という解決策をご提案しました。今回推薦したプロ人材のA氏は、化粧品通販会社での経験を活かして、EC販売を主軸とする企業へ参画しヒット商品を手がけ業績を牽引、その後同社にて執行役員に就任されました。さらに、数々の新商品・新サービスの立ち上げに従事し、同社のサステナビリティ経営の実装に向けたプロジェクトと、それに付随する新規事業の立ち上げを推進されたプロ人材です。

●現状の把握と改善案の提案

まずはこれまで行ってきた施策と現状のインタビュー方式を把握し、商品の理解、過去実施事項、調査結果を確認しました。そして過去の実施事項に対して仮説を立案し、具体的に改善点を提案しました。

●インタビューガイドの策定・商品案のブラッシュアップ

次に提案した改善点をもとにインタビューを行ううえでの注意事項やアジェンダなどのガイドを策定しました。さらにもともと同社が考えていた商品案についてもブラッシュアップを行いました。

■福田 悠

中央大学理工学部を卒業後、インテリジェンス（現パーソルキャリア）へ入社。製造業を中心とした約600社の人材採用を支援。大手法人顧客専門部門を経て、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。2023年4月より代表取締役社長に就任。

■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/

●顧客へのインタビュー・フィードバック

続けて、プロ人材A氏と同社担当者によるWインタビューの形式で顧客へ向き合い、その際はインタビュー内容、議事録作成のアドバイスをを行いました。そしてインタビュー内容をもとにした今後の顧客ターゲットの仮説立案の方法についてアドバイスをを行いました。

●インタビューの仕組み化・講座の実施

数回のインタビューをもとにインタビュー結果を仮説立案、検証することで、インタビューのマニュアルを作成しました。またマニュアルの作成によってインタビューへの社内認識を統一化し、よりスムーズに進めるための顧客理解講座を実施しました。

成果

顧客インタビューのノウハウを社内に蓄積

同社はプロシエリングの活用により、市場調査におけるユーザーインタビューに関する基礎知識、質問設計、仮説検証方法など、これまで社内になかった知見を得ました。その結果、ユーザーインタビューで得た情報を用いた仮説検証が可能となりました。またプロジェクトメンバーの知識・スキルの向上にもつながりました。具体的には以下の3つの成果を実感されています。

- ① 詳細な現状把握による顧客インタビューガイドの策定
- ② 新商品開発における解像度の高

成功事例

- No.47 コロナ禍の低迷を脱し、事業収益性を大幅に改善
- No.48 応募ゼロから半年間で5名の人材採用に成功
- No.49 BtoC新規事業、大型カフェの開業に成功
- No.50 WEBマーケティングを強化し顧客数が前年の8倍
- No.51 工場ラインの自動化で生産性向上と人員最適化に成功
- No.52 新規事業における顧客インタビューの実施・内製化に成功



前列左：株式会社タカギ 新規事業部新規事業開発課主任 栗原 芽来美 氏
前列右：同クロスセル推進課主任 早崎 来未 氏
後列左：同クロスセル推進課課長 藤川 清崇 氏
後列中央：同新規事業開発課課長 佐々木 滋 氏
後列右：同新規事業開発課主任 松永 直人 氏

い課題と仮説、カスタマージャーニーの構築に成功

- ③ 個人が感覚的に実施していた顧客インタビューについてチーム内で認識を統一

プロシエリング×新規事業開発プロジェクトでの支援ポイント

自社の成長基盤を創るために、自社内で推進できる人材の確保に向けて社内異動や業務の兼務、採用活動の強化という方法がある一方で、各分野での支援実績が豊富なプロ人材を活用し、伴走してもらうことも非常に効果的だと感じられる事例です。社内メンバーの人脈以外でプロ人材を探す手段では、業務委託での支援を通じてアドバイザーになってもらう方法が

あります。雇用する場合と比較してミスマッチなどのリスクを低減できる点も有効な手段となりえます。

新規事業でのインタビューによる市場調査はもちろん、案出しや新規事業のグロースまで担当できる人材というのは、実際に採用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・提案してみたいはかがでしょうか。



左：サーキュレーションコンサルタント 中西 亮太
右：サーキュレーションカスタマーサクセス 黒石 真葉実