

新しい
人材活用
プロシェアリング

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.67 海外戦略策定と越境EC店舗開設を実現

プロシェアリングとは、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」するという、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30,000名以上のプロが登録し、22,000件以上のプロジェクトで実績を上げてきました（2025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。

150年の歴史とブランド 海外EC事業へ挑戦したい

今回は、株式会社ラプラス様（以下、同社）が、プロ人材と海外EC事業のプロジェクトに取り組んだ結果、データに基づいた海外戦略策定と越境EC店舗開設に成功した際のプロシェアリング活用事例をご紹介します。

同社は1868年に宮城県仙台市に設立された製造工場向け機械工具商社で、従業員116名。時代に合わせて事業変化をさせながら創業150年以上の歴史ある企業です。

「日本ブランドのモノづくりを支援する」を企業理念に掲げ、商材はネジ一本から、産業ロボットまで多岐にわたり、町工場から大手製造現場など幅広く取引を行いモノづくりの現場を支援しています。

課題 どこに何を販売すべきか戦略を定めきれない……

同社は、国内16拠点、中国2拠点を置き、主に東北地方を中心とし、製造工場向け機械工具のBtoBの事業を展開していましたが、今後はBtoCにも販路を広げたいと考え、約15年前から国内向けのオンライン販売を始めました。当時は、製造工場向けの機械工具をネット販売する会社は少なく、数年前から、海外向けにも手を広げようという話が出ていましたが、社内に海外展開のノウハウがなく、何から着手すべきか定まっていない状態でした。

越境ECへの挑戦意欲はあり、東南アジア・台湾エリアで最大規模の「Shopee（ショッピー）」へ出店することまでは決めていたものの、どの国に対して何を販売するかといった戦略は未策定のままでした。そのような状況下、必要な時に専門性の高い人材を雇用せず活用できる「プロシェアリング」

に出会いました。

解決策 データを基に市場調査し越境ECのチャネルを整備

サーキュレーションからはプロ人材のご紹介とともに「海外市場調査と越境EC開設支援」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辻雄多郎氏は、国内外の通販・ダイレクトマーケティング支援を担当し、大手コンサルティングファーム時代には中国駐在経験もあります。駐在時には現地企業向けEC戦略の立ち上げを経験されています。独立後も中国を中心とした海外市場向けのインバウンド・越境EC支援を専門に活動。調査分析から戦略策定、実行支援まで一貫して手がけ、幅広い業種・規模の企業を支援しています。アイングループのインバウンドマーケティング支援では、施策設計から実行までを主導し、アクティブユーザー10,000名の獲得や年間2,000万円のコスト削減を実現するなど、調査分析、戦略策定から実行支援までを一気通貫でサポートできるプロ人材です。

●市場調査とターゲット国の絞り込み

まず、東南アジア・台湾エリアにおける市場の調査を実施し、最

■福田 悠

中央大学理工学部を卒業後、インテリジェンス（現バーサルキャリア）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立に参画。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/>

成功事例

- No.62 飲食店のパックオフィス業務効率化を実現
- No.63 シナジーを狙った新規不動産事業の立ち上げに成功
- No.64 ウェビナーによる顧客獲得チャネルの確立に成功
- No.65 採用強化プロジェクトの展開で応募者が3倍に
- No.66 従業員全員の想いがこもった企業理念が完成
- No.67 海外戦略策定と越境EC店舗開設を実現



左：株式会社ラプラス DX事業部 杉山 大祐氏

中央左：プロ人材 辻 雄多郎氏

中央右：同社 ECグループ 小林 敬弘氏

右：同社 取締役 総務部 部長 吉田 道弘氏

適なターゲット国への提案を行いました。候補として台湾、フィリピン、タイ、シンガポール、ベトナムを挙げていただきました。それぞれの市場規模と競合状況、日本ブランドの浸透度合いなどを調査分析し、候補を3つに絞り最終的には競合が少なく、日本ブランドの認知が高いフィリピンをターゲット国として選定しました。

●データに基づいた戦略策定

次にShopee内の市場規模や流通金額のデータなど詳細な調査を実施。競合調査を行い、同社の強みである圧倒的な品揃えと膨大な商品数を活かし、フィリピン市場の需要に合わせた商材の絞り込みと出店準備の支援を行いました。

●販促チャネルの整備と内製化

そして、Shopee出店に向けた自社の事業内容や商品展開、強みなどを英語で紹介するLP制作の支援や、PR方法の提案を行い、出店に向けてのすり合わせを行い、無事Shopeeでの出店を果たしました。

●フィリピン以外の展開候補エリアの検討

最後に、Shopee出店後の今後の展開として、他の販路の提案や、フィリピン以外の国へのアプローチの可能性についても簡易調査を実施し、提案を行いました。

成果

まずはフィリピンへ展開
海外販促の知見を獲得

同社はプロシェアリングの活用

により、「海外EC戦略の策定とショッピング開設」に着手し、念願の越境EC店舗開設に成功。企画業務におけるデータ分析基盤の構築もできました。プロジェクトを通じて同社は具体的に以下の3つの成果を実感されています。

①東南アジア・台湾の市場調査結果から、競合が少なく、日本ブランドの認知があるフィリピンをターゲット国に選定

②膨大な商材の中からフィリピン市場の需要に合わせた商材を選定し、優位性のある日本ブランドで展開

③海外向けLP制作を通じ、信用・信頼のPR方法など海外販促に必要な知見と見せ方の内製化に成功

プロシェアリング×D2C・EC強化・海外戦略策定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兼務アサイン、採用活動を強化する方法がある一方で、実際に各分野での支援実績が豊富な人材に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。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ます。

EC、WEBマーケティングに関して戦略策定から実行支援まで一気通貫でサポートでき、さらに海外事情にまで精通している人材というものは、非常に希少価値が高く、給与も高く、採用も長期化する傾向にあります。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・提案してみてはいかがでしょうか。