

新しい 人材活用 プロシエアリング

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.68 生産機械メーカーが6ヵ月で自社商品開発に成功

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。

製造機械の販売から 自社商品の開発へ

今回は、株式会社イツワ工業様（以下、同社）が、プロ人材と商品開発・販促体制の内製化プロジェクトに取り組んだ結果、新規事業の早期立ち上げと体制構築成功した際のプロシエアリング活用事例をご紹介します。

同社は1987年3月に設立された従業員30名未満の企業です。有明海沿岸の海苔生産者向けに海苔生産機械類を販売する業者で、

メンテナンスも手掛けています。全自動海苔乾燥機を軸に、周辺機械、消耗品等の取り扱い、機械類を設置する工場の設計から電気工事等の手配までワンストップでの対応が可能です。

課題 商品開発・販促体制を 内製化する知見が不足

同社は、特殊産業用機械器具卸売業として海苔を扱う機械を卸していましたが、海苔製品のメーカーは減少傾向にあり、2年前に機械販売事業から自社で海苔を製造・販売する事業へ転換する方針を定めていました。しかし、これまで自社で商品開発や販売を行った経験がなく、商品コンセプトの設計から価格設定、プロモーションまでの一連の知見が社内不足していました。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「プロシエアリング」に出会いました。

解決策 市場調査から製品開発、 プロモーション展開へ

サーキュレーションからはプロ人材のご紹介とともに「商品開発・販促体制の内製化支援」という解決策をご提案しました。

今回ご紹介したプロ人材の猪砂未奈美氏は、新卒で食品メーカー

に入社し、商品企画・研究開発に従事。その後、ヘルスケア系の新規事業を手掛ける企業にて、サービス立ち上げから販路拡大、運営体制の確立まで幅広い領域を横断的に担当し、メディア露出の獲得や事業基盤の強化を推進されてきました。2020年に独立し、食・ヘルスケア領域における新規事業開発、販路拡大、広報・PR支援を中心に、多様な企業の事業成長をサポートしています。食品・ヘルスケア領域での豊富なR&D経験と0→1の事業開発実績を基盤に、法人協業やメディア戦略まで一気通貫で推進できる点も大きな強みのプロ人材です。

●新商品企画に伴う市場調査

まずは、海苔の市場の全体感や競合他社の状況の調査を行いました。そこから、消費者ニーズの把握・販売チャネルの動向整理を行いました。

●商品コンセプト設計

次に、調査によって分かった市場や競合他社の状況も踏まえ、同社の強みや設備を整理していきまし。そこから、それらを踏まえた商品コンセプトの設計を行いました。

●アイデア提案から商品開発支援
そして、決まった商品のコンセ

■福田 悠

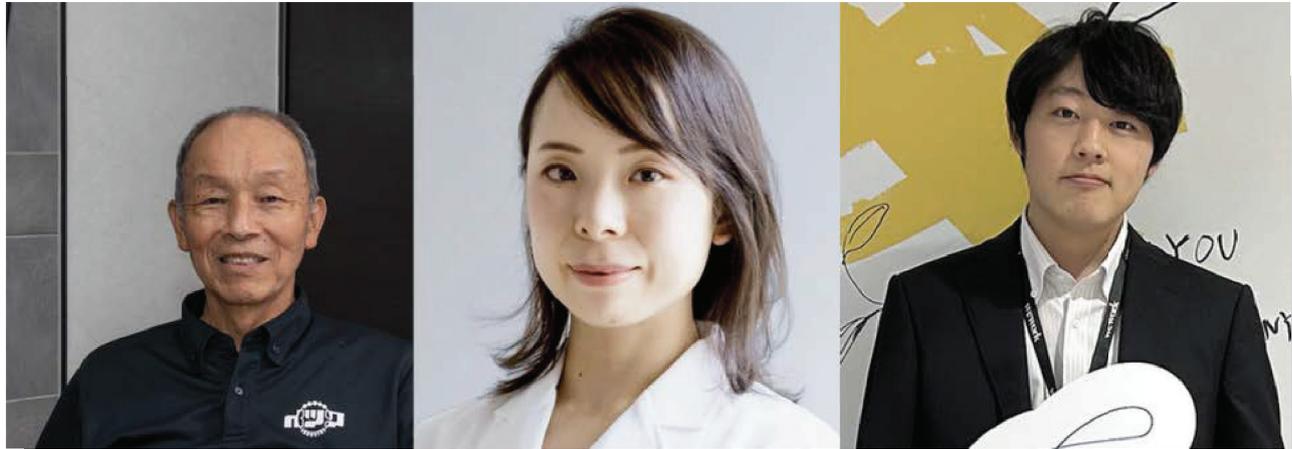
中央大学理工学部を卒業後、インテリジェンス(現パーソルキャリア)へ入社。製造業を中心とした約600社の人材採用を支援。大手法人顧客専門部門を経て、同社初となる社内ベンチャーの立ち上げに携わる。2014年、サーキュレーションの創業に参画。中小企業や製造業大手顧客を担当しながら、地方金融機関とのアライアンス、地方7拠点の設立を主導。2023年4月より代表取締役社長に就任。

■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/

成功事例

- 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
- No.68 生産機械メーカーが6ヵ月で自社商品開発に成功



左：株式会社イツワ工業 代表取締役 吉田 直人様，中央：プロ人材 猪砂 未奈美氏，右：サーキュレーション コンサルタント 浜崎 嶺生

プトをもとにネーミングやパッケージデザイン・包装資材の選定を行っていきました。さらに、議論を経て価格を設定しました。

●プロモーション戦略の策定

最後に、商品販売後には、新商品の認知拡大に向けてプレスリリースの作成ほか、地域メディアや業界紙への掲載依頼・SNSでの発信などを実施しました。

成果 6ヵ月で商品開発内製化テスト販売で売上確保

同社はプロシエリングの活用により、商品開発・販促体制の内製化に着手し、6ヵ月という短期間で市場調査から商品開発、プロモーション戦略の策定までを早期に実現。自社内で商品設計ができる体制を構築できました。

直近では、特許製法である「スチームドライ製法」を使った海苔チップス「Bumpy (バンピー)」ほか、海苔の佃煮、焼き海苔、佐賀有明海

産の一番摘み海苔を使用した味付海苔などをギフト商品として売り出し、ビジネスを成功させています。

プロジェクトを振り返って同社では具体的に以下の3つの成果を実感されています。

- ①6ヵ月という短期間で、市場全体の理解から具体的な販促施策の策定までを完了し、商品開発におけるノウハウの内製化に成功
- ②商品開発プロセスを通じて考え方や手順を社内に定着させ、地元専門店でのテスト販売で月30～50万円規模の売上を実現
- ③一般的には価値が低いとされてきた「色落ち海苔」に新しい魅力を見出し新商品開発に挑戦し、新聞掲載や大学研究との連携も得て、市場拡大への手応えを確信

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プロ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えます。

新規事業の立ち上げや商品開発、販路拡大を強化できる人材というのは、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エリングの活用を検討・提案してみたいかがでしょうか。