

2022年1月11日

メーカー・小売でのEコマース支援人材活用

～社員と兼業・副業人材のコラボ運用で売上を上げよう～

エッセンス株式会社

会社紹介

新しい仕事文化をつくる

社外人材のシェアリングプラットフォームサービス



Create a
new work
culture

人生100年時代の新しい仕事文化の創生のために

エッセンスでは雇用に依らない知見・経験の流動化を実現するパートナーとして、「プロパートナーズ」、「他社留学」、「リクレーティング」を中心に、多彩な新しい働き方、人材活用方法を提供しています。

御社の経営課題にマッチしたソリューションを
トータルにご提案します。

リクルーティング事業
ヘッドハンティング・人材紹介

社員の
採用

プロパートナーズ事業
プロフェッショナルによる
経営支援サービス

プロの
活用

プラットフォーム事業
プロボノ、業務委託、
転職の3種のWEBマッチング

採用の
多様化

他社留学事業
大手社員をベンチャー「留学」
他社留学サービス

社員の
活性化

プロボノプログラム事業
他社就業
「体験・トライアル」サービス

社員の
自律化



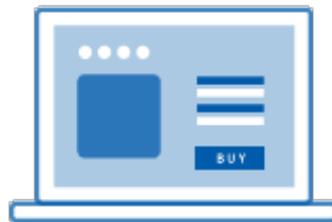
ECOMMERCE事業で売上が上がらない理由とは？

【図解】EC運営業務の全体の流れ

ECサイトの運営業務

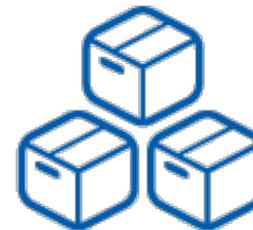
フロント業務 (マーケティング業務)

- 1 商品企画
- 2 仕入れ・製造
- 3 サイト制作・更新管理
- 4 プロモーション



バックエンド業務 (フルフィルメント業務)

- 5 受注処理
- 6 在庫管理
- 7 出荷
- 8 配送
- 9 アフターサービス



【EC運営でよくあるつまづきポイント】

- ・ ECプラットフォームを選べない
- ・ EC周辺のサービスやシステムの選び方が分からない
- ・ 価格競争になってしまう
- ・ ブランディングの方法が分からない
- ・ ECの伸ばし方が分からない
- ・ オンラインとオフラインの連携方法が分からない
- ・ 自社内だけでは運用しきれない

- ・ ECプラットフォームを選べない

- ・ EC周辺のサービスやシステムの選び方が分からない

メーカーや商社・小売会社からすると「未知の領域」

- ・ 価格競争になってしまう



- ・ ブランディングの方法が分からない

外部を活用する？

- ・ ECの伸ばし方が分からない

- ・ オンラインとオフラインの連携方法が分からない

- ・ 自社内だけでは運用しきれない

プロ人材の活用とは？

【ソリューション比較】

課題解決には
最適な「ソリューションの選択」が重要



	アウトソーシング	コンサルティング	採用（常勤）	プロパートナーズ
コスト	△	×	△	○
スピード	◎	△	△	○
社内作業	◎	△	×	△
不適合時のリスク	○	△	×	○
専門性	○	◎	△	◎
柔軟性	×	△	○	◎
知識・経験の蓄積	×	△	◎	◎

スピードは上がるが
ノウハウが蓄積されない

専門性は高いが
コストが高い

適合人材に出会えない
不適合時のリスクが高い

専門知識を柔軟に活用
知識や経験を蓄積可能

【サービス】



企業様



プロデューサー
(マッチング・プロジェクト進行)



プロ

大切なのは「肩書」より、「今何がデキルか」

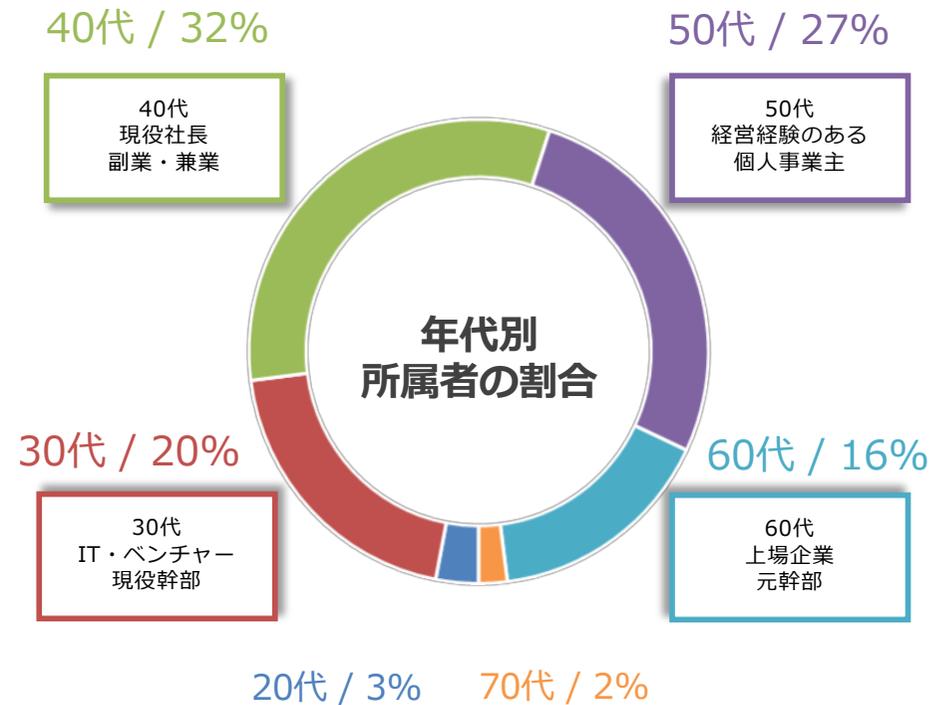
厳選されたプロ人材



審査通過率37%の厳しい選考

- ・他者からの**紹介・推薦**があるか
- ・自身の実績や支援方法に**自信**を持っているか
- ・秀でた**専門性**を備えているか
- ・業界や企業を超えた**再現性**があるか

40代、50代の現役層が中心



所属プロパートナー経歴（一例）

※所属数：約2,000名（2020/4月現在）

- 元DeNA 新規事業責任者
- 元アマゾン 販売部門責任者
- 元NTTドコモ 常務執行役員
- 元ぐるなび 企画管掌役員
- 元CA グロースハッカー
- 元アップルジャパン 代表取締役社長
- 元各省庁 キャリア官僚
- 現メルカリ エンジニアマネージャー

専門分野 のプロを「柔軟に活用」することができるから



常に変化する経営課題に対し、**適宜マッチしたプロ人材を選択**できます。



採用にかかるタイムロスを短縮、**採用コスト（リスク）も軽減**できます。



非常勤のプロ人材なので、**プロの知見が「自社の資産」**として残ります。

多くの企業様からご利用いただき、おかげさまで

900社以上の導入実績

登録プロ2,000名以上

継続率78%！

【プロの活用テーマ①】

成長段階ごとの「経営課題」を「プロ」がサポート

営業	ニーズ	 営業プロ ・元楽天 営業部長 ・元P&G 営業組織開発部長 ・元オラクル 営業部長	 総務・FMプロ ・元リクルー 総務部長 ・元スクエア・エックス 総務部長 ・元ベネッセ 企画営業
	<ul style="list-style-type: none"> 営業の成果が上がらない 属人的で再現性が低い 営業人員が成長していない 	<ul style="list-style-type: none"> オフィス移転・レイアウト変更 最適な福利厚生構築 エンゲージメント強化 	
財務	ニーズ	 CFOプロ ・元MCJ 経営企画室長 ・元ジャフコ バンチャキビ列士 ・元VOYAGE GROUP ファイナンス	 広報プロ ・元セガトイズ 広報責任者 ・元CCC 広報 ・元アビビル 広報部長
	<ul style="list-style-type: none"> 資金調達したい M&Aの調査や実行に不慣れ IPOに向けて準備したい 	<ul style="list-style-type: none"> 働き方改革・生産性向上のためのオフィス・総務サービス作り 社員を元気にする総務部門構築、総務社員の育成 健康経営の導入・推進支援 	
上場	ニーズ	 IPOプロ ・元スターバックスコーヒー 管理部門長 ・元バックスグループ 総務部長 ・元みずほ証券 シニアリスト	 採用人事プロ ・元CCC 人事部長 ・元ラクスル 人事部長 ・元ファーストリテイリング 経営者育成
	<ul style="list-style-type: none"> 5年以内の上場を検討中 上場経験のある推進者がいない ガバナンスを強化したい 	<ul style="list-style-type: none"> 採用計画の立案、実行支援 人事制度の設計、構築、運用 教育研修の見直し 	
IT	ニーズ	 CTOプロ ・元AppBank CTO ・元アップル 代表取締役 ・現メルカリ インジニアマネージャー	 マーケプロ ・元オールアバウト 事業部長 ・元サイバーエージェント グローブリーダー ・元ガイアックス BtoBマーケター
	<ul style="list-style-type: none"> システム投資の目利き 経営視点のある組織作り IT知見のある人材採用 	<ul style="list-style-type: none"> 軸になる計画が立っていない 販促が成果に繋がらない WEBを活用できていない 	
	ニーズ	<ul style="list-style-type: none"> IT投資の判断サポート、ITベンダの選定・折衝 IT組織の構築、開発 IT人材の採用・育成支援 	<ul style="list-style-type: none"> マーケティング戦略の立案、実行支援 最適なリード獲得手段の構築支援 WEBマーケティング、SNS活用支援

【プロの活用テーマ②】

新規事業	ニーズ	<ul style="list-style-type: none"> 新規参入する業界の知見不足 計画へ落とし込みできない コネクションがない 	 新規事業プロ <ul style="list-style-type: none"> 元DeNA 新規事業担当 元リクルート 事業開発室長 元P & G ブランドマネージャー
		<ul style="list-style-type: none"> 調査分析、計画立案 新規事業立ち上げ支援 アライアンス開拓、販売体制の構築 	
生産	ニーズ	<ul style="list-style-type: none"> 工場の自動化を進めたい 技術力を向上させたい 調達コストを下げたい 	 生産管理プロ <ul style="list-style-type: none"> 元BUFALLO 副社長 元ソニー 生産改善 元日立グループ 設備技師
		<ul style="list-style-type: none"> 生産ラインの効率化、リードタイムの短縮化 生産組織の自律化、生産人員の適正化 将来的なマネタイズのための技術支援 	
その他		<ul style="list-style-type: none"> UI/UXデザインの概念浸透、デザイナー育成 コミュニティマーケティングの戦略設計、実行支援 シニア活性化 犯罪対応 飲食のFC構築プロ マーチャンダイジング 税制等のトレンド把握 海外販路開拓 女性目線のサービス開発 	

本テーマはNewsPicksの「副業2.0」特集にも掲載



11	副業プロ (経営戦略、経営計画、人事管理、給与体系の構築)	11
12	CEOプロ (労務法、労務管理、労務改善)	12
13	CEOプロ (労務法、労務管理、労務改善)	13
14	CEOプロ (労務法、労務管理、労務改善)	14
15	CEOプロ (労務法、労務管理、労務改善)	15
16	CEOプロ (労務法、労務管理、労務改善)	16
17	CEOプロ (労務法、労務管理、労務改善)	17
18	CEOプロ (労務法、労務管理、労務改善)	18
19	CEOプロ (労務法、労務管理、労務改善)	19
20	CEOプロ (労務法、労務管理、労務改善)	20



プロ活用テーマランキング

- ①営業戦略策定**
サービスの強みを分析し、最適なチャネルの特定や企業のキーマン攻略、営業組織構築をご支援
- ②事業戦略策定、営業・マーケティング**
事業の営業・マーケティング戦略の設計・見直しを行い、組織への落とし込み、PDCA運用をご支援
- ③システム導入、再構築**
業務効率化や生産性向上のためのシステム導入時のベンダ選定・要件定義・折衝、社員育成をご支援
- ④オフィス改革**
多様な働き方の実現、社員エンゲージメント向上のためのオフィス、ファシリティマネジメントのご支援
- ⑤財務・資金調達**
財務管理や資金調達のスキーム構築、資本政策の立案、銀行・VCとの折衝などをご支援
- ⑥WEBマーケティング**
戦略策定や各施策の設計を行い、ベンダ選定や運営体制の構築、PDCAサイクルの運用をご支援
- ⑦開発体制の構築**
経営サイドやビジネスサイドとの折衝を行い、最適な開発体制・手法の設計、エンジニア採用をご支援
- ⑧M&A**
自社と親和性のある案件の定義や発掘、買収スキームの構築、買収後の統合などをご支援
- ⑨広報**
自社ニュースの発掘・可視化や記者の紹介、ニュースリリース配信を行いメディア露出の獲得をご支援
- ⑩UI/UX**
サービス設計、開発、改善のためのUX思想や方法論を開発概念や社内統一言語として落とし込むご支援
- ⑪採用戦略策定・オペレーション構築**
自社の採用戦略を設計し、採用の魅力の言語化や媒体掲載、エージェント管理、採用担当の育成をご支援
- ⑫ビッグデータ活用**
社内データの整理・加工を行い、自社マーケティングや社外向けデータ提供ビジネス等への活用をご支援
- ⑬経営戦略・経営計画策定**
経営会議にファシリテーターとして参加し会社の戦略設計、現場への落とし込みのプランニングをご支援
- ⑭生産管理**
工場の5S徹底や自動化を通じて、生産効率化や生産性向上をご支援
- ⑮ブランディング**
社内外へのブランディングメッセージを作成しステイクホルダーへのブランド認知・理解を進めるご支援

EC戦略プロ

酒類・食品総合卸会社
K社



プロパートナーズ[®]

【経営課題】
本社移転

【ニーズ】

- 国内EC売上10億円達成に向けた事業と仕組みづくりに苦慮
- 日本NO.1の酒類EC運営会社を実行したい意向あり

【ご提案】
永井プロ

- 販売戦略、運営改善、プロモーション戦略の立案と実行を支援
- 税法改正の機会を活かしたEC戦略、戦術のアドバイスも行う

プロ活用の結果

ネット通販を始めてから6年で年商6億円を達成。
達成までの過程でミーティングの方法や在り方の見直しも実現。

つまづきポイント、プロはどう見る？

【EC運営でよくあるつまづきポイント】

- ・ ECプラットフォームを選べない
- ・ EC周辺のサービスやシステムの選び方が分からない
- ・ 価格競争になってしまう
- ・ ブランディングの方法が分からない
- ・ ECの伸ばし方が分からない
- ・ オンラインとオフラインの連携方法が分からない
- ・ 自社内だけでは運用しきれない

【EC運営のプロ】

吉野 隆行 プロ

PlayNode Consulting株式会社

代表取締役社長

同志社大学大学院卒業。新潟県長岡市出身。広告代理店からキャリアをスタートし、インデックスにてゲオとの合併会社を設立し事業責任者、ファーストリテイリングにてEC部門のマーケティングマネージャー、パロックジャパンリミテッドにてEC事業部長を経て、PlayNode Consulting 株式会社設立。※PlayNode Consulting 株式会社のHPは[こちら](#)



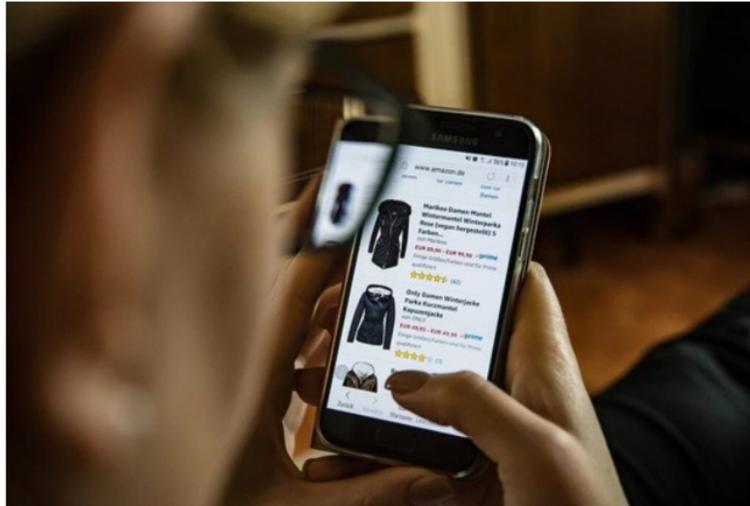
永井 楽心 プロ

(株式会社ユニイク代表取締役)

早稲田大学卒。2004年株式会社 J T B 入社。06年2月楽天株式会社入社、楽天市場事業に配属。13年1月楽天グループ総合 MVP第1位受賞。教育先進国オランダへの短期留学を経て、13年9月楽天株式会社退社。「いいものを持っているのに言語化可視化されていないから価値になっていないことが我慢ならない」と、アウトプット教育を志し、同年株式会社ユニイク設立、PRコンサル・ブランディング・研修・教育事業(こども宣伝部®)を行う。一般社団法人多様な生き方と出会う対話の会 代表理事。ポジティブ心理学教職課程修了。



EC販売がなかなか伸びないとお悩みの方へ～EC強化のためのロードマップとは



ツイート いいね! 27 シェア B!ブックマーク 0

元楽天ECコンサルタントで、現在は大企業を中心に、企業・商品のブランディングやPR、ECコンサルなどを手掛ける永井 楽心 氏に、これからECを始める、または始めている、新規参入が増えてきてさらに何か手を打たなければと感じている

ECを主軸とした業態転換へのキーポイントとは～EC構築の6つのステップ



ツイート いいね! 0 シェア B!ブックマーク 0

ファーストリテイリングにてEC部門のマーケティングマネージャーを歴任した、EC事業・新規事業のプロフェッショナルである吉野隆行 氏にECで勝つためのステップや業態転換の方法についてお伺いしました。



永井 楽心プロ

プラットフォームは出せるものはすべて出す！

- ポテンシャルを最大限に発揮する：
 - すでに持っている商品とはとにかくECサイトに出す（商品登録数を増やす）。
 - ECはストック型であり、積み上げた分だけどんどん成果が上がるのみならず楽になっていく。
 - 時間あたり生産性が非常に高いため、まずはECを開設しポテンシャルを生かし切るべき。
- 店舗数を増やす
 - 自社サイトでお店を開いて100商品登録出来たら、次は楽天市場に出店し、ヤフーショッピングに、アマゾンにと100商品登録をし複数店舗に展開していくべきである。
- EC販売を始める、EC販売を強化していく際に、短期的にポテンシャル発揮と店舗数を増やすことで、いろいろなお客さんが見てくれるようになり商品も回転し、商品ページの更新頻度も上がり、短期的な売上を上げるという観点からみると結果は出しやすい。



吉野 隆行 プロ

まずは安いものを使う！

- スタートアップが良いシステムを提供しているので、EC導入コストが安くなっている。
 - 消費者がネットビジネスの便利さを知っている事やSNSなどの普及により、最初のプロモーションコストや認知コストのハードルがグッと下がってきている。
 - 代理店任せだったものが無料のプラットフォーム活用へ加速している分、競争は激化。売り場づくり、集客だけを構築するだけでなく、CRM、物流、在庫管理など、その他の戦略が重要となり、それらを高いレベルで運用していく事が求められる。
- まずは楽天といったモール出店がファーストステップだったのが、初期から自社サイト構築がトレンド化。モールから自社サイトの経営資源移行の加速と同時に、バックエンドのオペレーションの構築を図るべきである。



永井 楽心プロ

商品価値を高める！

価格競争に巻き込まれないために、商品価値を高める

- 中長期的に安定的な収益を確保するために、店舗と商品のブランディングは必要不可欠。
- やりたいことと求められていることが重なったところのみに「好き」と「熱狂」が生まれ商品価値となる。
- 商品価値：機能的価値(スペック/求められていること)と情緒的価値(意思/感情)という2種類を乗せないと商品価値が上がらない時代になっている。
- 「我々は顧客に対して何を提供したいと思っているのか」という意思を掘り下げ、ブランドコンセプト策定をすることで巻き込む仲間も増える。チームビルディングにおいても最適。



永井 楽心プロ

繋がりをを持たせる！

新しい時代は新しい意思でつくる

- いまは情緒的価値をいかに乗せるかが重要
- 人々と繋がりながら自分たちの価値を一緒に作っていける人を増やす時代に入ってきた。Together感や共感を大事にしつつ、自分たちは何をしたいのか、なぜ今の世の中に対してこの商品を提供したいのか、という作り手側の意志を、言葉や写真や絵で表現して言語化・可視化する、といった事が重要である



吉野 隆行 プロ

勝つためのステップを抑える！

ECサイトを構築するための6つのステップ

- 最適なシステム選び：ビジネスモデルの選定や規模感に応じて選んでいく必要がある。
- 決済：基本的には広げれば広げるほど売り上げが伸びる。キャリア決済やLINE、PayPayなど豊富にあり、どれだけ広げるかが最初の肝となる。おすすめはAmazonPay。
- 在庫管理・物流：通販は基本は単品管理。その際、自社or外注かパターンを決める。自社で行う場合は、システム構築に時間がかかる。
- 商品の見せ方：写真撮影・採寸・原稿は外注も可能であるが撮影部分は将来的に自社の強みとしていくべきところ。したがって社内に撮影スタジオを構えるべきである。
- WEBマーケティング：立ち上げる前からバズらせる仕掛けが必要。
- チーム：やりきるチームを作り上げるには3～4か月かかる。



吉野 隆行 プロ

勝つためのステップを抑える！

ECサイトを構築するための6つのステップ

- 最適なシステム選び：ビジネスモデルの選定や規模感に応じて選んでいく必要がある。
- 決済：基本的には広げれば広げるほど売り上げが伸びる。キャリア決済やLINE、PayPayなど豊富にあり、どれだけ広げるかが最初の肝となる。おすすめはAmazonPay。
- 在庫管理・物流：通販は基本は単品管理。その際、自社or外注かパターンを決める。自社で行う場合は、システム構築に時間がかかる。
- 商品の見せ方：写真撮影・採寸・原稿は外注も可能であるが撮影部分は将来的に自社の強みとしていくべきところ。したがって社内に撮影スタジオを構えるべきである。
- WEBマーケティング：立ち上げる前からバズらせる仕掛けが必要。
- チーム：やりきるチームを作り上げるには3～4か月かかる。



吉野 隆行 プロ

オンラインとオフライン両方で の体験を設計する！

- コロナ以降、お店をもっている会社はインターネットで商売を組み立てていく戦略が加速していく。
- リアル店舗はショールームとなる。来場者に対してどのように自社のECサイトへの訪問を促すかがカギとなる。
- 次の一手として何をやっていくのか。リアル店舗をどうしていくのか。多くの店舗ビジネスが変化していく時代でオンラインとオフライン体験を探っていく必要がある。



吉野 隆行 プロ

業態転換のチャンスを捉え、外部人材を活用する！

必要なマインドセットとステップとは

- 経営者自身は危機感と情熱をもっているが現場が追いついてこないことが多い。
- 組織が大きくなりセクショナリズムに陥ってしまっている会社は、今回のコロナをチャンスと捉えるべき。
- 業態転換には、様々なハードルがあるが経営者は外部の人材をどれだけ活用できるかがポイントとなる。
- 「外注」という考え方ではなくて、従業員の一員や事業パートナーという位置づけで、個人や外部の人材を捉えていくと、ビジネスが上手くいく。

外部人材活用のメリット

- 事業推進・運営力の強化
 1. 知見・ノウハウの獲得
 2. 事業推進上の業務・タスクの可視化・効率化
 3. 事業推進コストの最適化
- 人材獲得
 4. 人材リソース不足の解消
 5. 人材活用の変動費化・採用リスクの軽減
 6. 採用ブランディング
- チームへの効果
 7. 経営者ビジョンのプロセス可視化・社内浸透
 8. 経営者・社員間のコミュニケーション円滑化
 9. 社員の活性化・教育効果

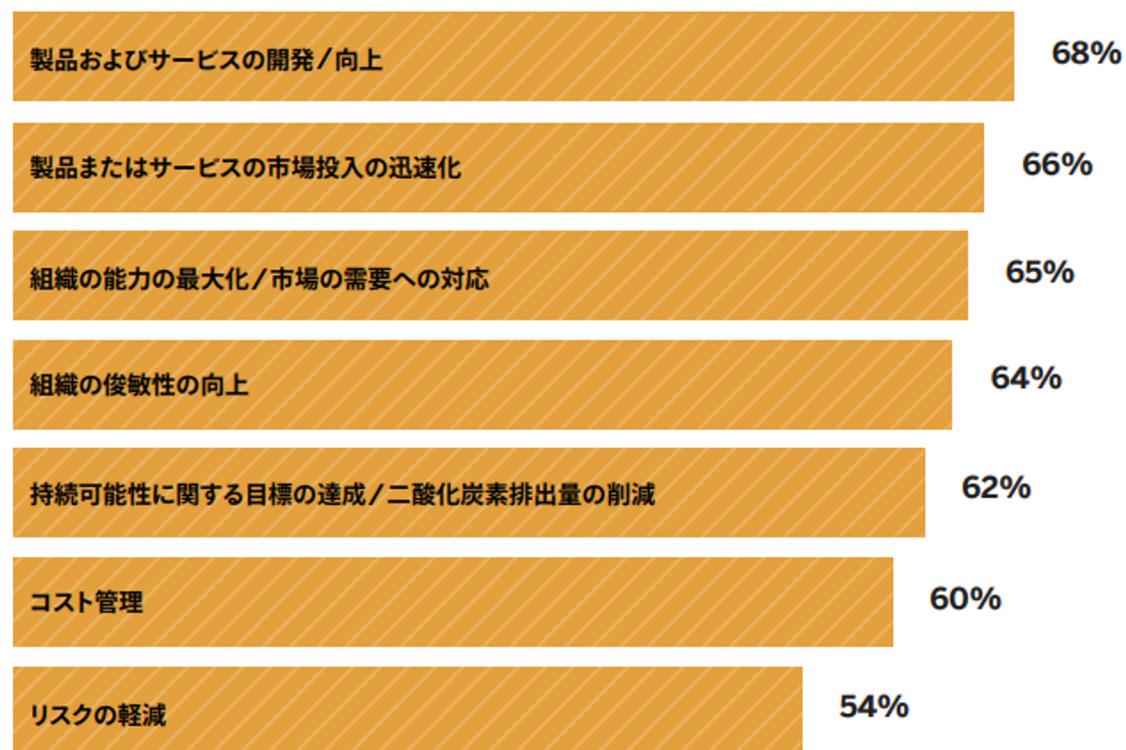
- 事業推進・運営力の強化
 1. 知見・ノウハウの獲得
 2. 事業推進上の業務・タスクの可視化・効率化
 3. 事業推進コストの最適化
- 人材獲得
 4. 人材リソース不足の解消
 5. 人材活用の変動費化・採用リスクの軽減
 6. 採用ブランディング
- チームへの効果
 7. 経営者ビジョンのプロセス可視化・社内浸透
 8. 経営者・社員間のコミュニケーション円滑化
 9. 社員の活性化・教育効果

圧倒的な人手不足→優秀人材は年収高騰
→見つからない&払えない…
どちらがコストパフォーマンスが良いか？



経験豊富なハイスキル人材の投入により、 財務パフォーマンス改善のための道筋をショートカット可能

次のビジネス目標を達成する際の外部要員の重要度を評価してください。
(「重要」および「非常に重要」の合計)

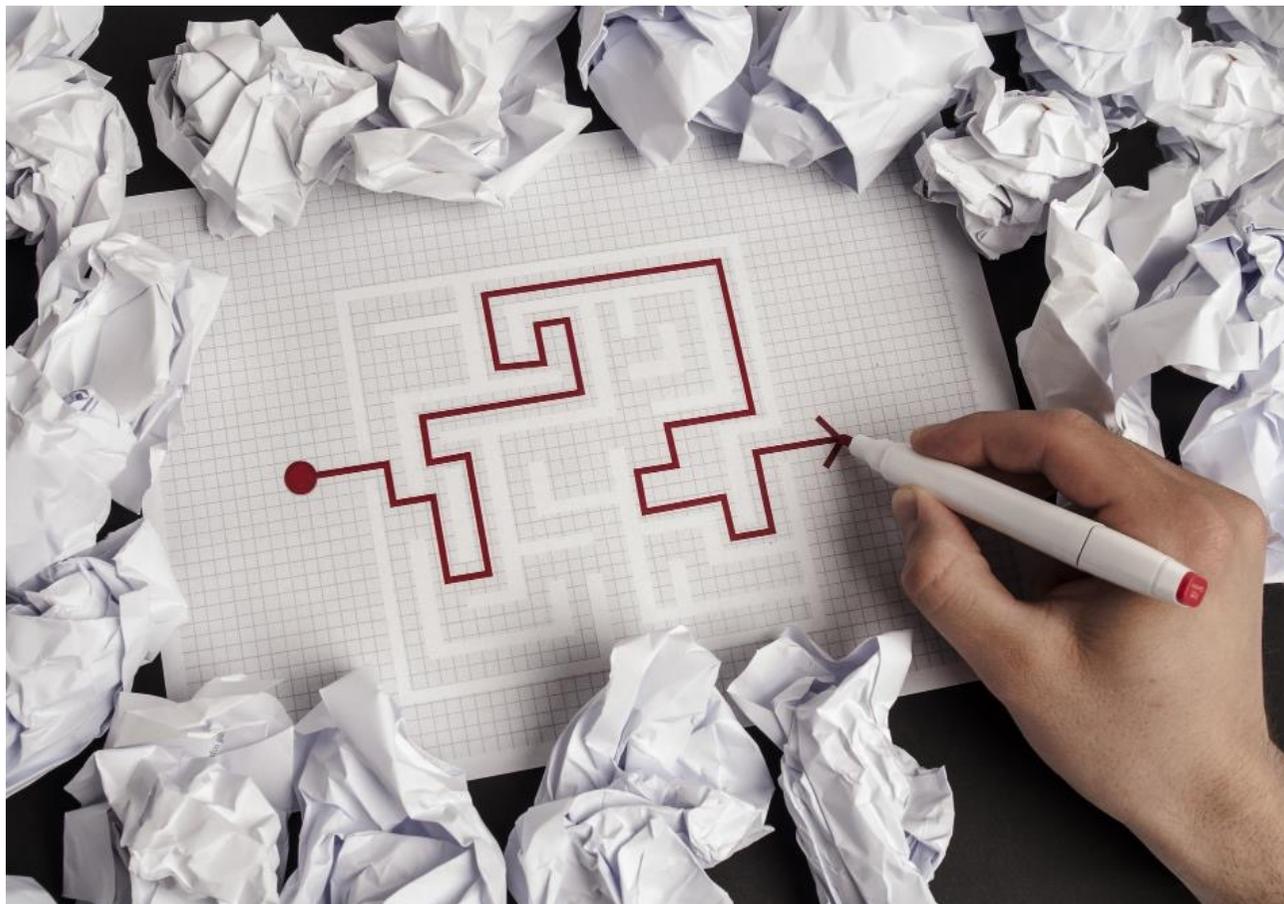


62%

外部要員の活用により全社的な
財務パフォーマンスが向上していると
回答した経営幹部の割合

出典：SAP Fieldglass 「外部労働力に関する市場動向2018」
<https://www.slideshare.net/SAPFieldglass/2018-116681335>

経験豊富なハイスキル人材のアドバイスにより、
ゴールまでの道筋が明確になり、無駄な手数を省ける

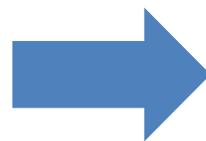


プロの受け入れは・・・

『時間・スピードを買う』こと



プロ



自社

よくありがちな光景



社長

これからはデータ活用だ！

これからは新規事業だ！

これからはIoTだ！

これからはリモートワークだ！



早速、明日からスタートだ！



社員



社長がまた何か言ってる…

いや、無理でしょ…

経験豊富なフリーランスが間に入って、
お互いの希望や進捗状況を翻訳・可視化する



社内には存在しなかったような、異質でユニークな人材。
ずば抜けて優秀で、新たな視点をもたらしてくれる人材。

そんな人材と出会える、協創できる。



Mission

エッセンスの存在意義

新しい、仕事文化をつくる

Vision

目指す姿

企業と個人の新しい関係性を実現する

企業：雇用から活用へ
個人：自立した生き方を

■事業内容

- ・プロパートナーズ
(プロフェッショナルの紹介)
- ・リクルーティング
(人材紹介及びヘッドハンティング)
- ・他社留学
(越境型研修サービス)
- ・プロボノ
(社外体験プラットフォーム)

■HP

<https://www.essence.ne.jp/>

■連絡先

TEL:03-6661-7747(代表)
FAX:03-6661-7746
E-mail:mk@essence.ne.jp

■所在地

東京都中央区日本橋蛸殻町1-11-1
人形町シティプラザ5F



essence