



プロ人材活用 成功事例 — 小売・ライフスタイル業界 —



日本マーケティングリサーチ機構調べ
調査概要: 2020年3月期_ブランドのイメージ調査



プロ人材が人脈を活かしマーケ体制を強化。内製化も支援



設立年度:2012年3月(創業2005年)

社員数:非公開

業種:ネイルサロンの運営等



週1~2稼働+オンライン MTG

- ・コーポレートサイトのリニューアルの進行
- ・オウンドメディアの開設ディレクション



グラフィックデザイナーとしてキャリアをスタート。その後、Webデザイナー/ディレクター、Web戦略コンサルティングへスキルの幅を広げる。ユニクロオンラインストアのWebディレクションやWWFジャパンのWebサイトリニューアルのPMなど、大手企業や団体等での実績多数。

課題

- ・コーポレートサイトのリニューアル
- ・SEO集客を目的としたオウンドメディアの開設



結果

- ・プロ人材が人脈やノウハウを活かし

**クリエイティブチームに
必要な人材をアサイン**

- ・社員教育が進み
社内ノウハウが蓄積

プロ人材がEC等の販路を提案し、昨年対比で売上 225%向上

業種:ドライフラワー等を活用したギフトやインテリア商品の販売、ブライダルブーケ等の卸販売を行う



週1MTG+リモート

- ・主にECマーケティングに関する戦略立案と実行支援。それを行うための分析・ヒアリング業務
- ・体制構築から実行支援までのサポート



【男性/30代】

京都大学卒業後楽天に入社。事業開発とECコンサルティングに従事し、担当メーカー売上の年45%増や海外拠点立ち上げに貢献。その後複数企業にてEC事業責任者やマーケティングコンサルタントを歴任。ECはもちろん、SEOやアクセス解析、グロースハック、広告運用などWebマーケティング全般にも知見が深い。

課題

- ・百貨店やブライダル業者への卸販売が売上の主力で、コロナ禍の影響を受けた
- ・自社ECを立ち上げたが今後の戦略含め自社内での検討に限界を感じた
- ・分析体制が整っていない



結果

- ・アサイン後直近の月次売上(3ヶ月平均)が

昨年対比で売上 225%に向上

ECモール売上半年で3倍！OMO推進を加速

PLAZA

設立年度:1966年2月

業種:雑貨小売販売事業



週1MTG+リモート

・自社ECの現状分析、ECモールにおける戦略立案および各施策の実行



【男性/30代】

京都大学卒業後楽天に入社。事業開発とECコンサルティングに従事し、担当メーカー売上の年45%増や海外拠点立ち上げに貢献。その後複数企業にてEC事業責任者やマーケティングコンサルタントを歴任。ECはもちろん、SEOやアクセス解析、グロースハック、広告運用などWebマーケティング全般にも知見が深い。

課題

- ・OMOを推進したいが、具体的にどんな施策を進めていくべきかわからない
- ・実店舗を重視した戦略をとってきたため、ECの人的リソースもノウハウもない



結果

アサイン後4ヶ月で
売上2倍、半年で3倍に
社内にノウハウが溜まり、
社員の成長に直結

飲食経営のプロ人材が店舗オペレーションが改善



設立年度:1994年 2月

業種:チョコレートなどの輸出入、製造、販売



週2出社

- ・ゴディバカフェの店舗運営の課題の洗い出し、マニュアル整備や業務フローの整備、業務効率、レイアウトなどの改善
- ・エリアマネージャーや店長との業務チェックと改善



【男性/60代】

株式会社すかいらくグループにて開発責任者及び事業責任者を経て独立。フードビジネスに特化したコンサルティングとプロデュース業務を開始。大江戸温泉物語株式会社では、メニュー開発、オペレーション指導などを行い、月間直営売上高 3,500万円増に貢献。

課題

- ・新規事業としてカフェ事業を立ち上げたものの、F&Bビジネスのノウハウが不足



結果

オペレーション構築により、各支店の指針となるモデル店舗づくりが進捗

