



採用 vs 外注

中小企業のリソース不足を
救うのはどちら！？

2024年1月24日(水)
12:00-13:00

株式会社Piece to Peace
代表取締役 大澤 亮

エン・ジャパン株式会社
エンSX部 草 麻里子

Agenda

- **SESSION 1**
中小企業を取り巻くマーケット概況
- **SESSION 2**
人材採用施策のメリット／デメリット
- **SESSION 3**
アウトソースで人材不足を解消するには
- トークセッション & 質疑応答



株式会社Piece to Peace 代表取締役 CEO 大澤 亮

5度の事業立ち上げ・2度の事業売却を経験したシリアルアントレプレナー。

1996年に新卒で三菱商事株式会社に入社、タンザニア駐在経験（ODA担当）を経て、帰国。

退職後、1999年に慶應義塾大学大学院（経営管理研究科修士課程）に入学と同時に起業。

在学中に、日本初の証券会社比較サイトを創業し米国企業に売却、EC事業を設立しサイバーエージェント社に売却。

その後、株式会社ドリームインキュベータに入社し、大手企業とベンチャー企業両方の経営コンサルティング、ベンチャー企業投資も担当。

退職後、株式会社土屋鞆製造所に取締役兼 COOとして入社し、2年で売上と利益を2倍以上にして退職。2009年株式会社Piece to Peaceを創業し、2016年6月にキャリアミーをローンチ。

著書「プロに外注 ーリスクを最小化して売上を最大化ー（クロスメディア出版）」、アカデミーヒルズ（六本木）等での講演多数。

「プロ」に外注
売上最大化、
リスク最小化の新常識
キャリアミー代表
（株）Piece to Peace 代表取締役
大澤 亮
著者 神田昌典

論より証拠。
プロ人材活用の結果、たった1年で
一流企業18社と新規取引成立。
経営コンサルタント 神田昌典

マーケティング 広報 営業
事業開発 採用 DX

「圧倒的に優秀な人」をいまずぐ活用

成果への
コミットメント 人件費を
変動費に変える 戦略から
実行までお任せ

CROSSMEDIA PUBLISHING



エン・ジャパン株式会社

草 麻里子

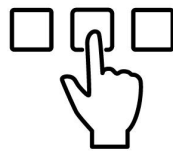
2008年、エン・ジャパンに新卒入社し、
企業の中途採用を支援。

2012年、GMOインターネットグループへ人事として転職し、中途採用・新卒採用・研修を担当。採用責任者として、
4年で従業員規模を3倍に。

2016年、エン・ジャパンへ再入社後は、一貫して中途採用を支援する事業部に所属し、人事・経営者向けサイト「人事のミカタ」運営に携わる。

2023年より新規事業「エンSX」へ異動し、マーケティング立ち上げに従事。

人材不足について、
どのようなお悩みがございますか？



「投票」より教えてください！

SESSION01

中小企業を取り巻くマーケット概況

人事担当者のホンネ／採用市況概観／人材不足解消の打ち手とは



突然ですが、これは何の数字でしょう？

82%

突然ですが、これは何の数字でしょう？

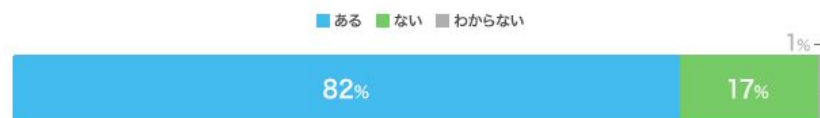
「人材が不足している」と回答した企業の割合

82%

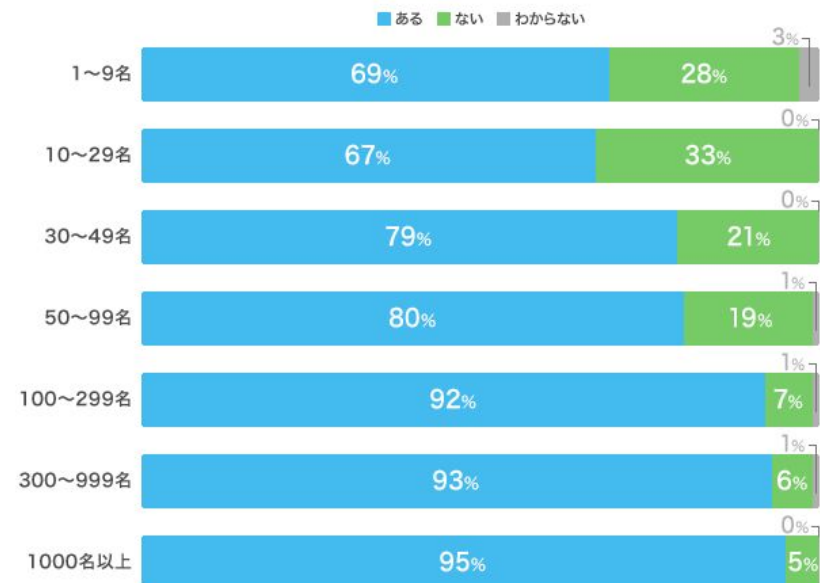
「人材不足状況についてのアンケート」より

Q: 現在貴社では
人材が不足している部門はありますか？

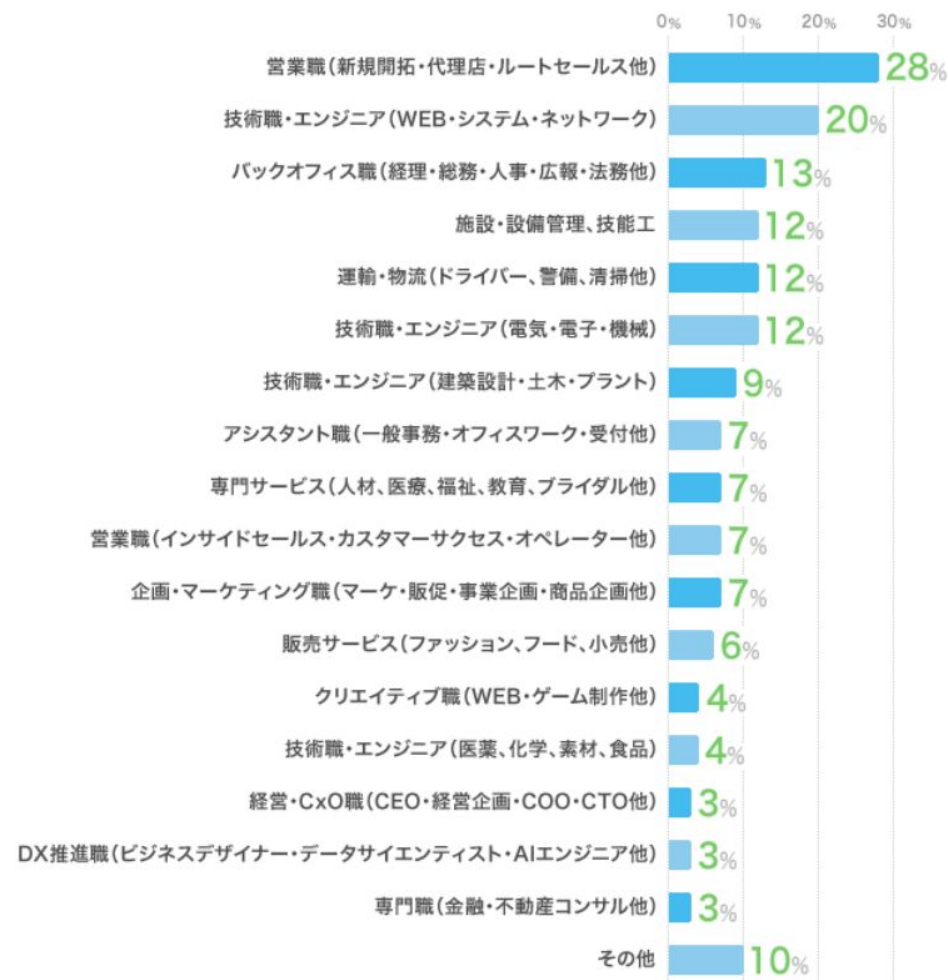
全体



従業員規模別

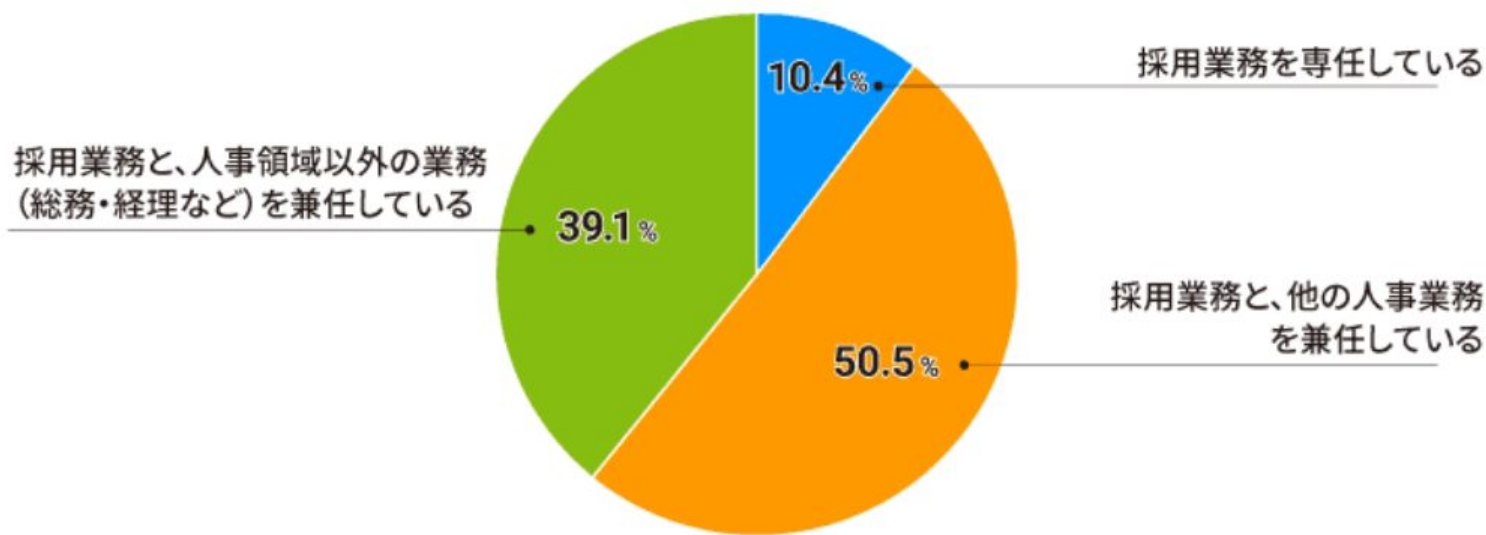


Q: 貴社で不足している
職種について教えてください。



人事担当者の実情とホンネ

Q:採用業務を担当している方へお聞きします。
あなたの業務範囲を教えてください。



採用担当の**9割**が
業務を兼任。

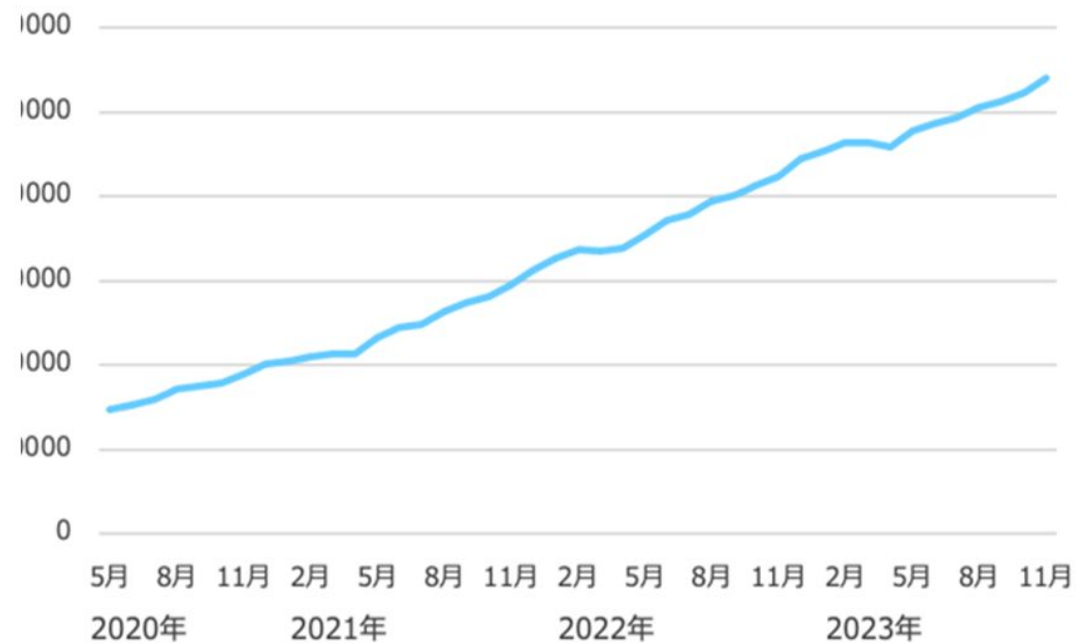
依然として高水準で推移中

有効求人倍率



※厚生労働省調べ

求人掲載件数（主要 5 媒体）

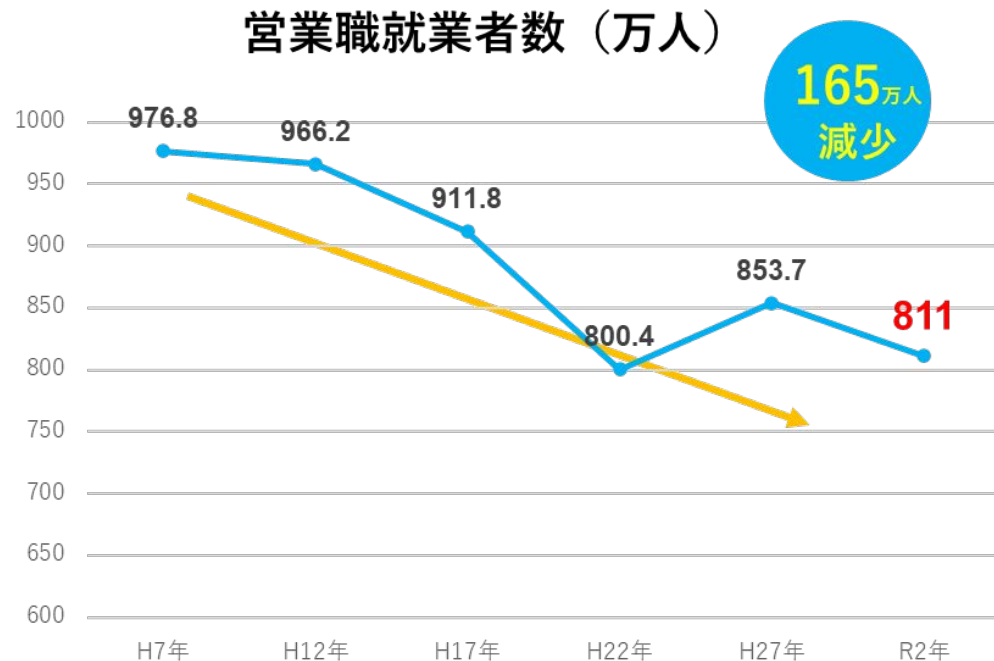


※HRog調べ

採用市況概観 | セールス・マーケティング領域

より人材獲得競争は激化傾向

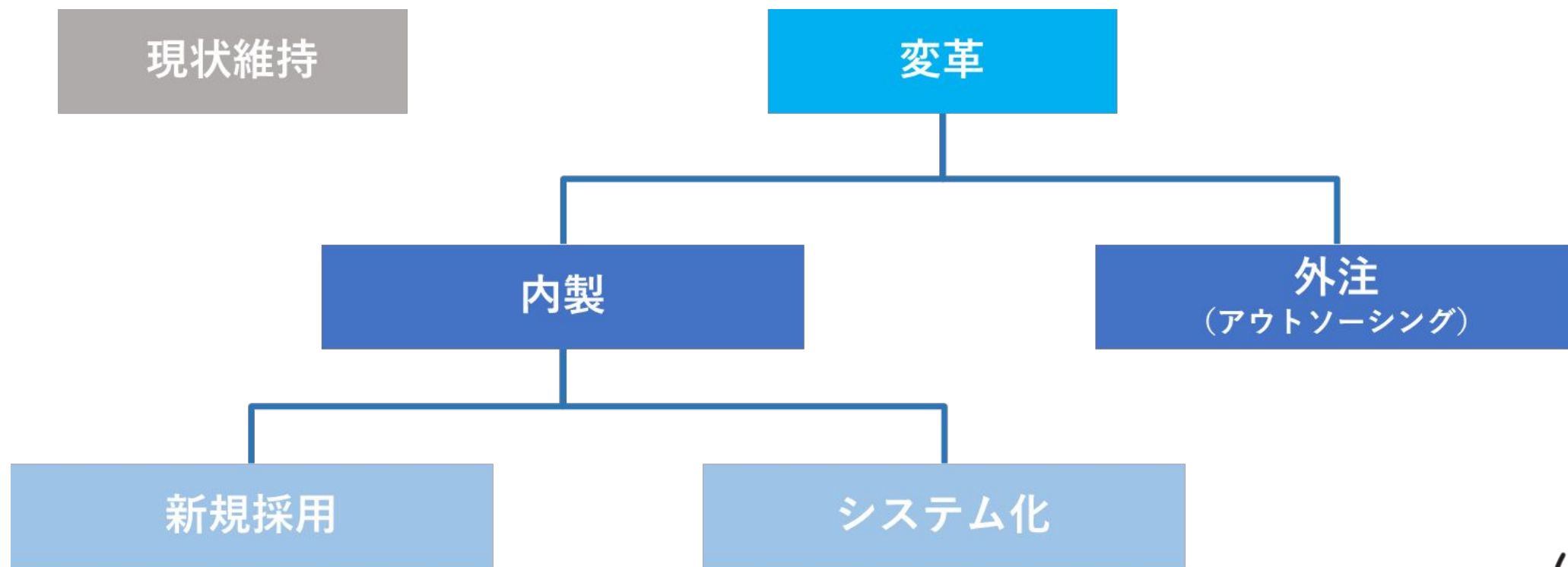
職業別就業者数の推移



セールス・マーケティング系求人数推移



人材不足解消についての打ち手とは



SESSION02

人材採用施策のメリット／デメリット

採用施策を整理／採用を成功させるためのポイント



4つの観点で見る人材採用のメリット／デメリット

コスト



01

工数



02

難易度



03

効果



04

採用費 = 外部コスト + 内部コスト

外部コスト

- ・ 求人広告の出稿費用
- ・ 採用パンフレットやチラシなどの制作
- ・ 印刷費
- ・ 会社説明会などの会場費
- ・ 内定者への外部研修費
- ・ 人材紹介への手数料

内部コスト

- ・ 人事や採用担当者の人件費
- ・ 出張面接で支払う交通費
- ・ 面接の際に応募者に支払う交通費
- ・ 内定者懇親会などの交際費
- ・ 社内紹介のインセンティブ
- ・ 入社者に支払う入社祝い金

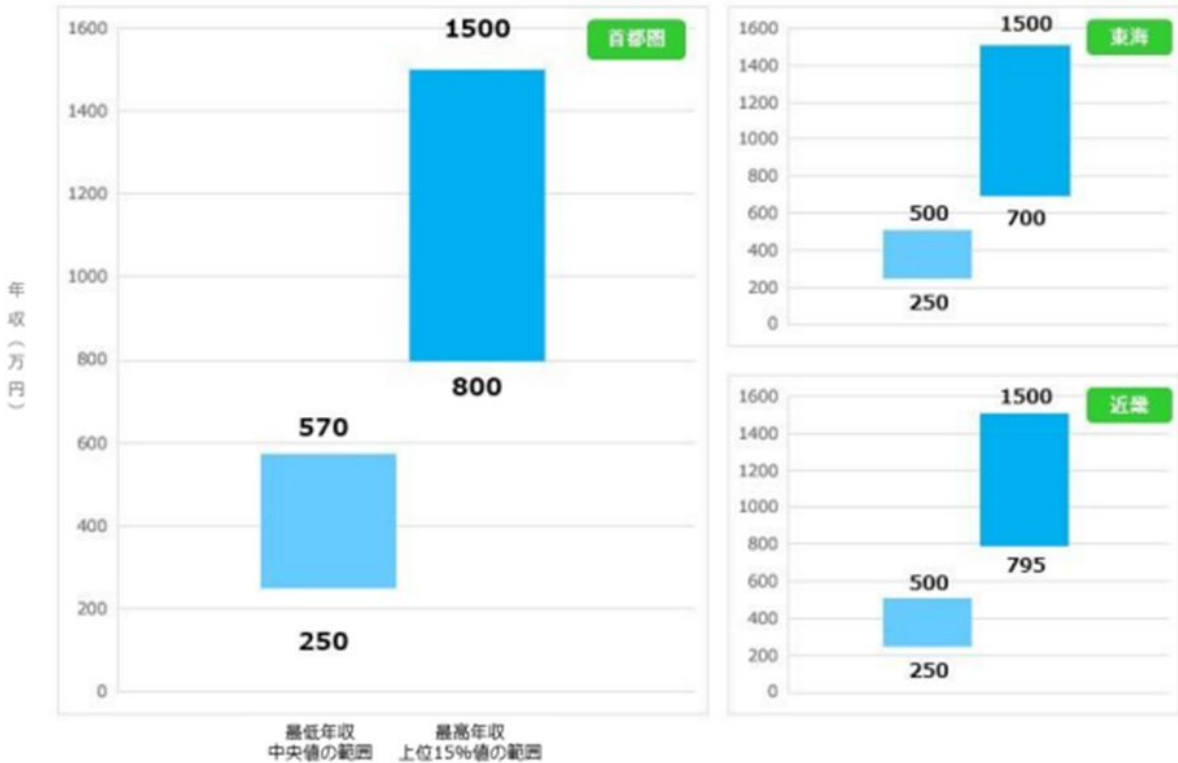


採用市況の高まりにより、外部コストは高騰傾向

01 コスト | ランニングコスト(給与相場)

給与相場も上昇傾向。経験者・高スキル人材は争奪戦。

首都圏・東海圏・近畿圏での給与相場比較



年収×スキル相関図 (入社決定者の経験・役職・特徴)

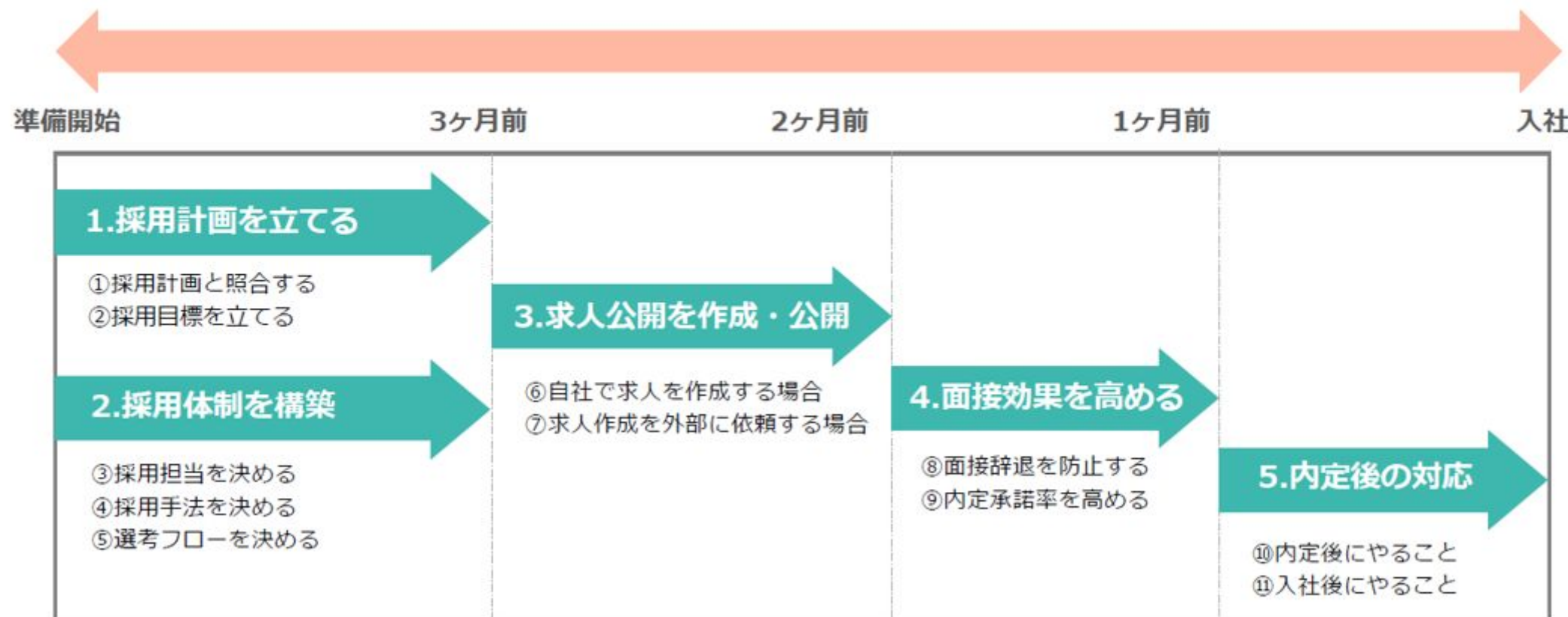
年収 (万円)	スキル・経験	転職先での役職	特徴
1000以上	大手企業向けのIT営業経験5年以上。業界知識、管理職経験。英語力。	大手企業向け営業の上位管理職。営業責任者。部門責任者。	30代前半～60代まで幅広いが、50代が中心。
800～999	IT業界の法人営業経験3～5年程度。業界知識、管理職経験。英語力。	マネージャー マネージャー候補	30代～40代。
600～799	IT業界の法人営業経験3～5年程度。業界知識、英語力。	マネージャー マネージャー候補	30代前半～40代前半。転職経験3回以上の人が多い。
400～599	営業経験者（企業規模・業界問わず）。	リーダー 役職なし	20代後半～30代。他職種からの転職も多い。
300～399	社会人経験があれば良い。未経験者が多い。	役職なし	20代～30代前半。他職種からの転職が多い。

※転職賃金相場：民間人材サービスの業界団体からなる「一般社団法人人材サービス産業協議会」が、主要な人材紹介事業者ならびに求人メディア企業の協力のもと、主要な職種における求人企業が提示した年収相場をとりまとめたもの。

02 工数 | 採用実施～入社後まで



長期化傾向（3～6ヶ月が最多）



03 難易度

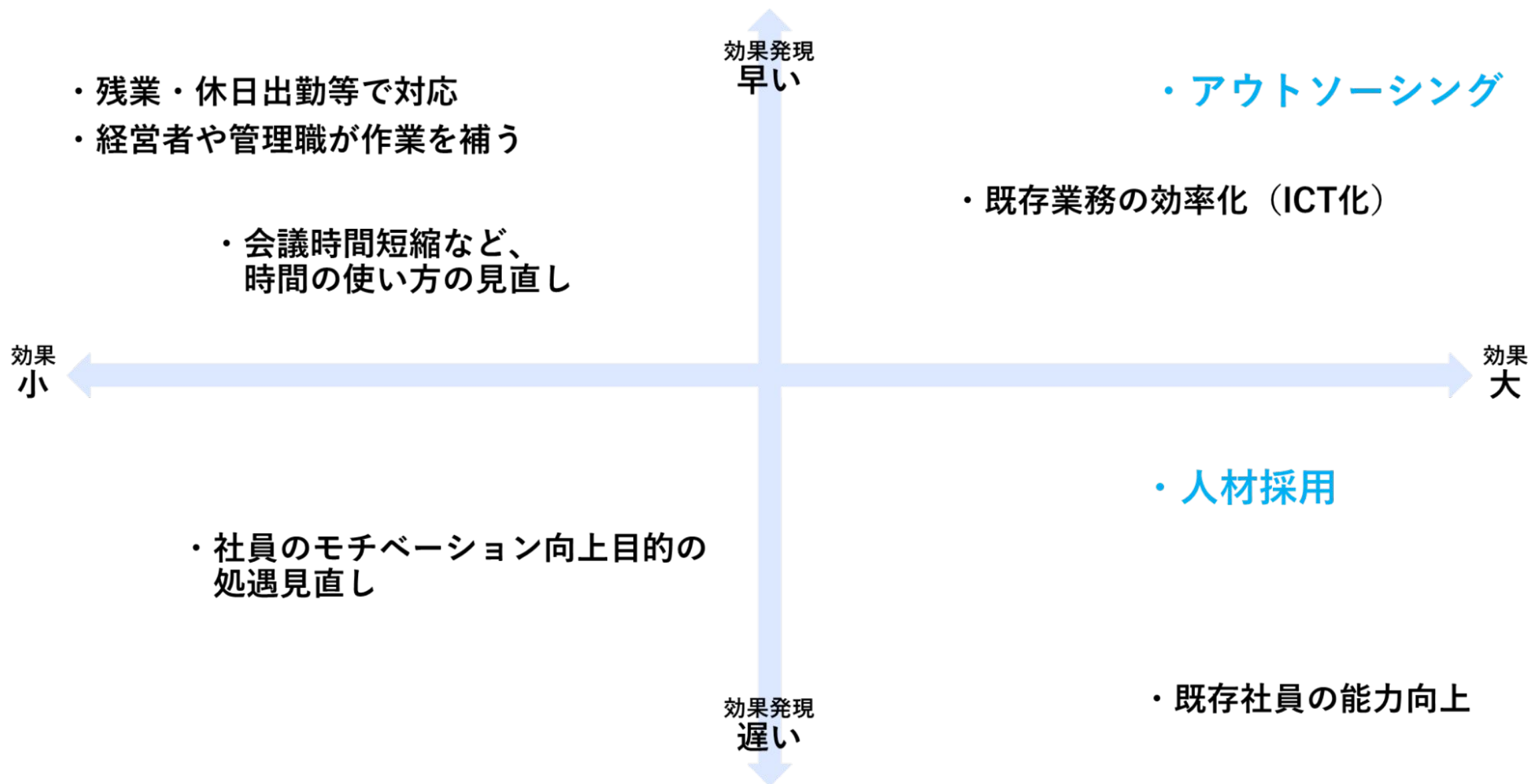
Q：人材不足の状況に対して、
どのような対応をお考えですか？



出典：人事のミカタ アンケート 「人材不足の状況について」 有効回答数：525名

7割超が
採用強化での打ち手を検討。
競争難易度は高い。

04 効果



採用難の今、採用成功に絶対に必要なこと

Point

01



3つのメディアで
正直・詳細な
情報開示

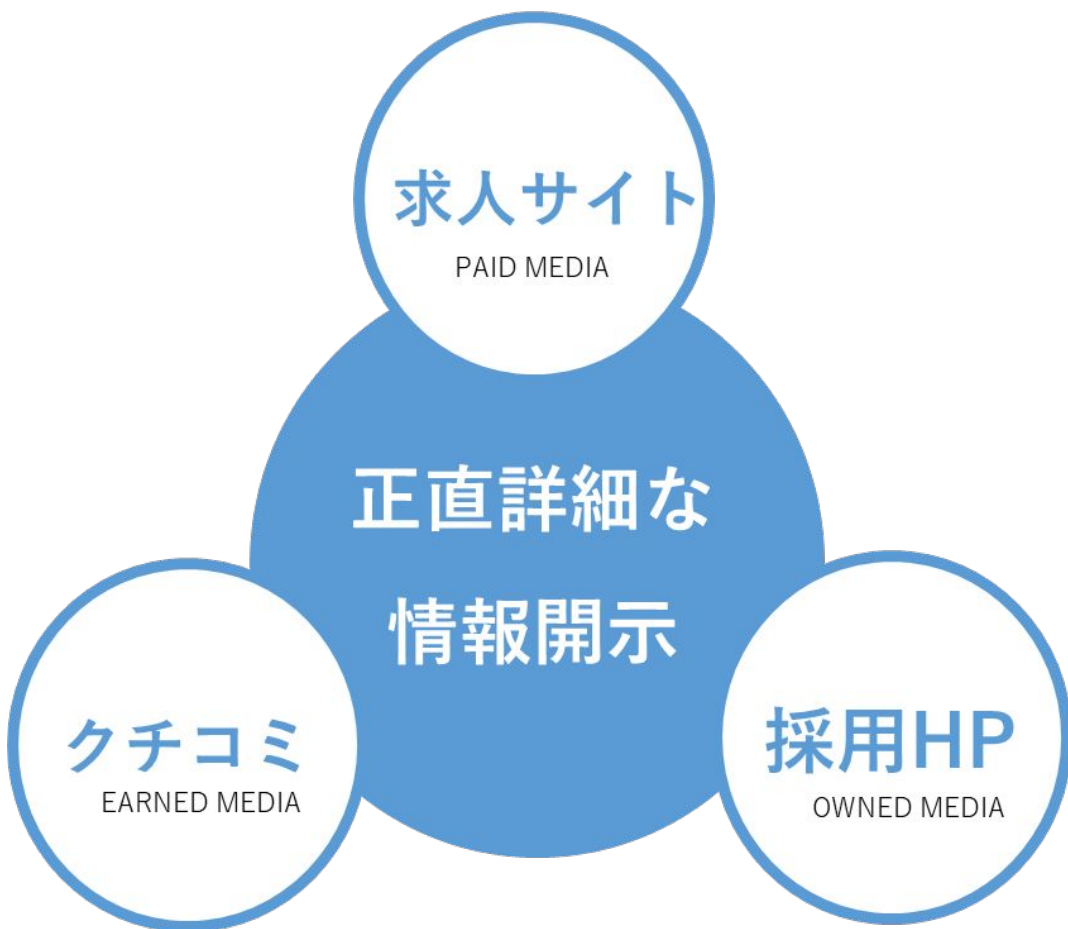
Point

02

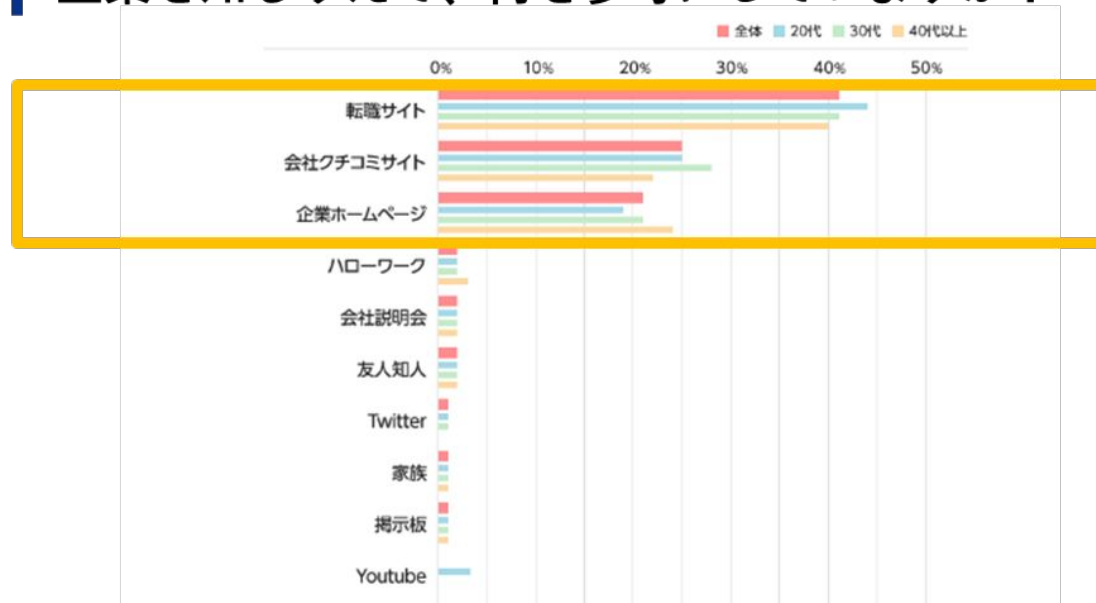


魅力づけポイント
の見直し

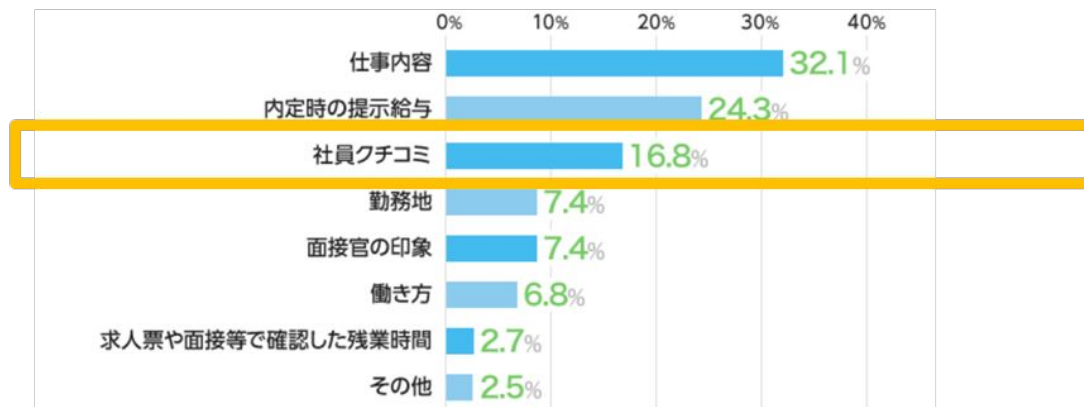
ポイント01 3つのメディアを活用した情報開示



企業を知るうえで、何を参考にしていますか？



内定承諾時に最も重要視したもの



ポイント02 魅力づけポイントの見直し

動機づけ要因



人間関係



承認・称賛



達成



成長



責任



貢献

衛生要因



給与



賞与



休日休暇



福利厚生



職場の物理的環境 etc.
(立地・作業空間・設備・備品等)

エン・ジャパン動機づけ理論-エン・ジャパンでは【入社成功=入社後活躍】と考え、採用・入社で終わりではなく、求職者が活躍・定着することをゴールとしています。入社後活躍のために特に重要なのが「動機づけ要因」。当社は、「ハーズバーグの動機づけ理論」と「マズローの五段階欲求説」を掛け合わせ、さらに日本流にアレンジした「エン・ジャパン動機づけ理論」を提唱しています。

SESSION03

**アウトソースで
人材不足を解消するには**



キャリアミープロ人材とは

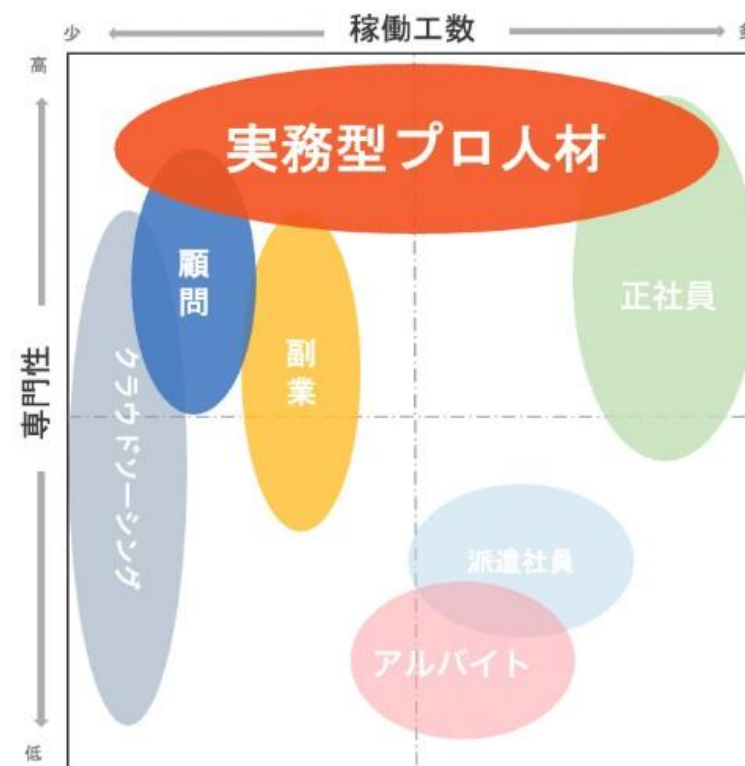
高度な専門性を有し、
本業として実務遂行までコミットする。
それが、実務型プロ人材です。

01 副業とは異なり、日中の稼働(一部出社を含む)が可能で、本業として成果にコミットして働ける即戦力中心

02 顧問／コンサルではなく、実務遂行までできる
30～40代中心

03 業務委託を希望し派遣や転職市場では
取れないレベルの人材

プロ人材とは



クライアント様の事例

中途採用の道のりと実績

人材紹介エージェント



エージェント
5社に依頼



候補者
50名



1名採用



早期退職



採用活動 1 年半

ダイレクトリクルーティング

候補者
2000名



スカウト
872名



2名採用



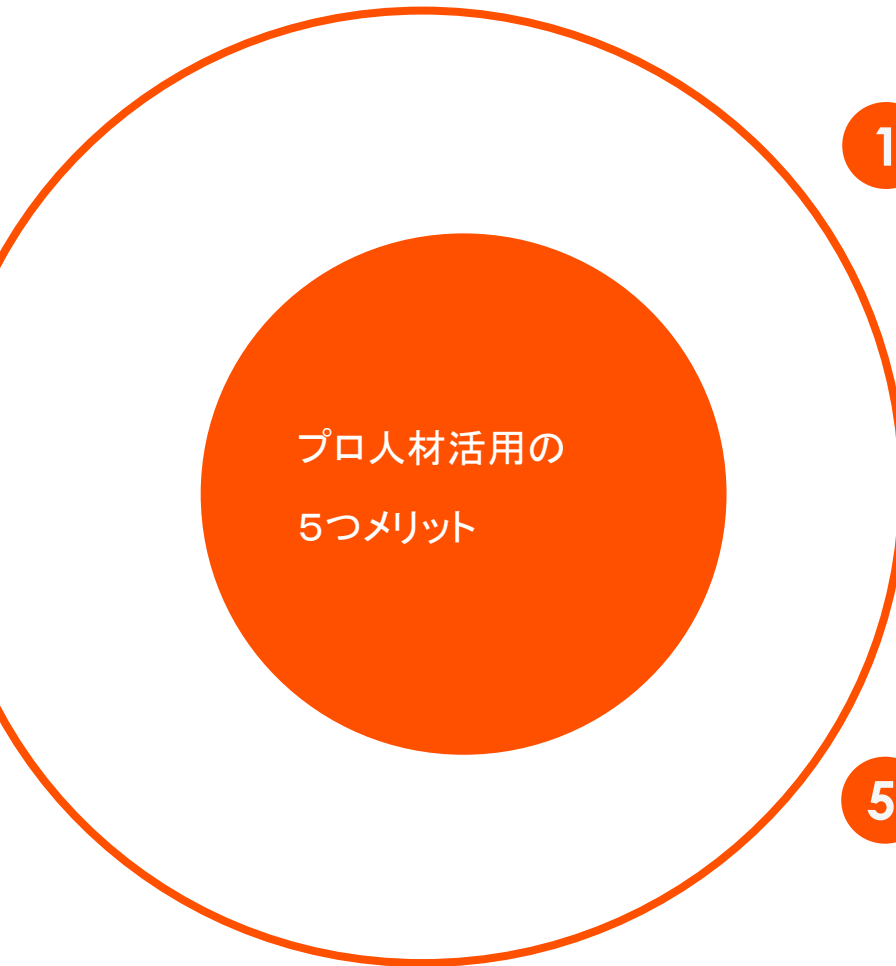
採用活動 4 ヶ月

ダイレクトリクルーティングの特徴

短期間で採用できるが
候補者を絞るのが

面倒

プロ人材活用5つのメリット



プロ人材活用の
5つメリット

- 1 多様化・高度化する施策において各分野のプロに依頼できる
- 2 採用にかかる手間・時間的コストを圧倒的に削減(最短1週間)
- 3 必要な時に、必要なボリュームで依頼でき、人件費を変動費化
- 4 外注とは異なり、育成も可能
スキル・ノウハウを社内の資産にできる
- 5 ビジョン・バリューにあうプロ人材をコアメンバーにできる

自社の組織に合わせて必要なポジションにプロ人材をアサイン

キャリーミーは多様化するマーケティング施策の
上流の戦略部分から施策の実行まであらゆる支援を可能としています。



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

売り上げ UP



CMO・事業責任者

マーケティング
戦略

事業戦略

KPI 設計

PM・ディレクター

広告

純広告

テレビ広告
タクシー広告
新聞広告
タイアップ広告

運用型広告

検索広告
SNS 広告
DSP
アフィリエイト
アプリ広告

SEO

コンテンツSEO

コンテンツ設計
サイト設計
記事制作
キーワード調査
内部リンク

テクニカルSEO

ファイルの最適化
階層構造の最適化
表示速度の改善

SNS

SNS 運用

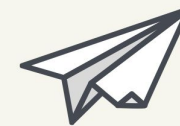
Instagram
Facebook
Twitter
LINE
YouTube
TikTok



CRM

CRM

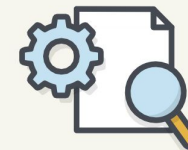
CRM 設計
MA
メルマガ
ホワイトペーパー
セミナー企画



クリエイティブ

クリエイティブ

LPO
CRO
EFO
サイト制作
動画制作



実務者・運用者

プロ人材活用5パターン

種類:

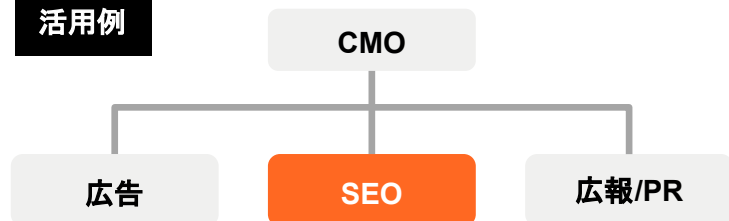
正社員

プロ人材

外部

① 即戦力として実務を担当

活用例



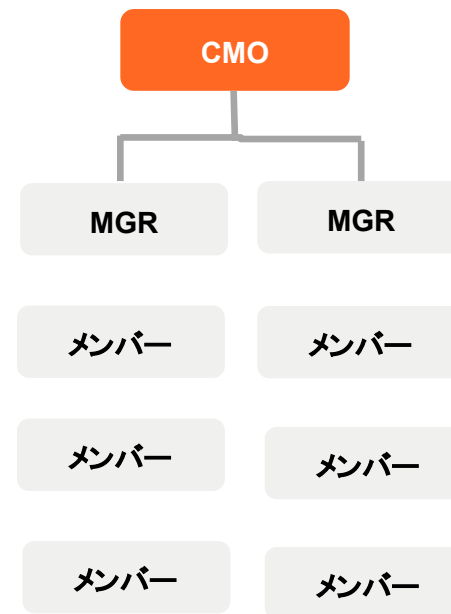
② PM・ディレクター

ディレクター



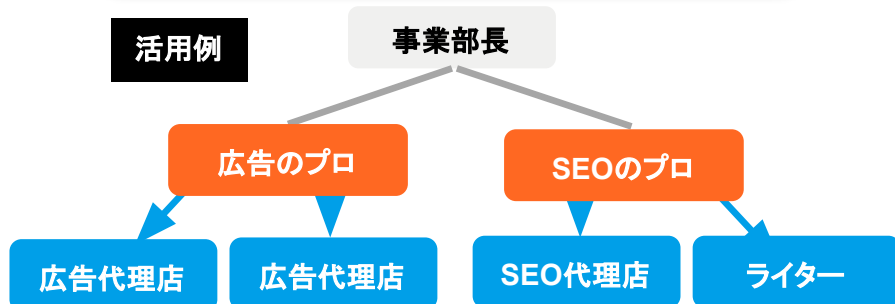
⑤ 戦略／CXO

CMO



③ 代理店マネジメント

活用例



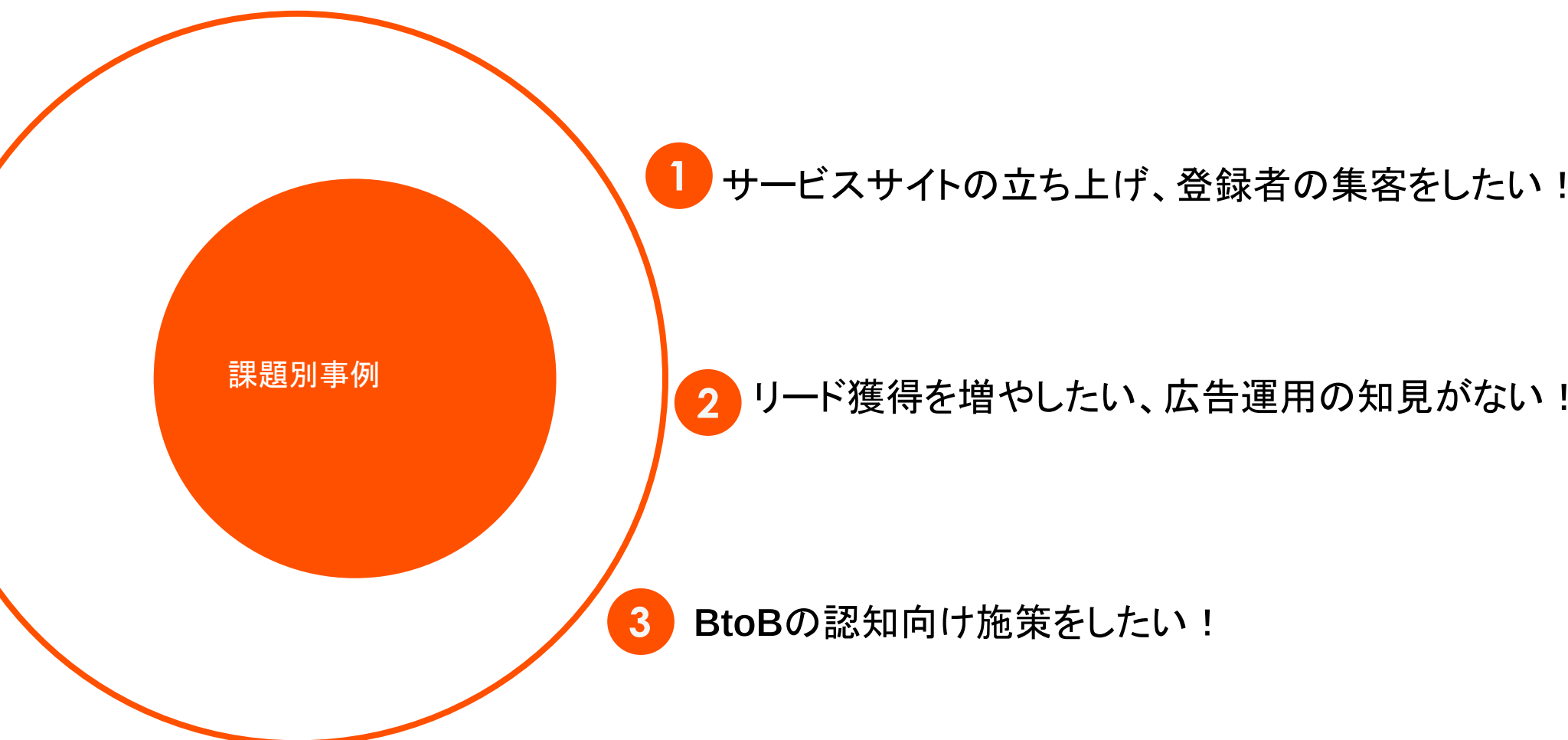
④ チーム立ち上げ 育成・内製化

活用例

インサイドセールス



3つの課題別にみるプロ人材活用事例



課題別事例

1 サービスサイトの立ち上げ、登録者の集客をしたい！

2 リード獲得を増やしたい、広告運用の知見がない！

3 BtoBの認知向け施策をしたい！

課題①サービスサイト立ち上げ・登録者の集客

01

サービスサイトを
立ち上げる
ディレクターがない



02

サービスの
登録者を集める
ノウハウがない



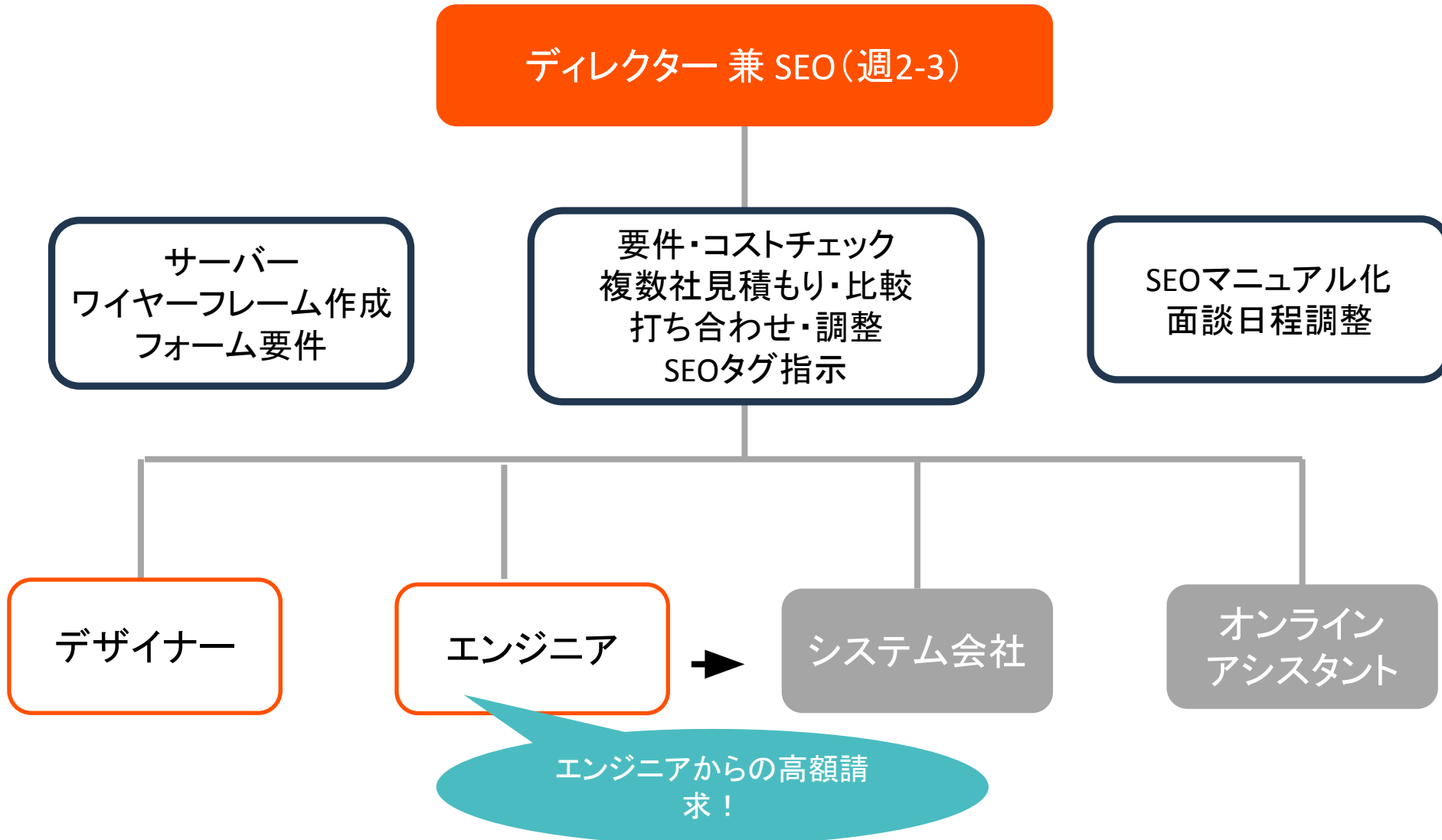
03

システム開発の
予算がない



コストを最低限にサービスをローンチしたい

課題① サイトディレクション&SEO集客のための体制



広告費ゼロで登録者1万人！企業のリードも月20～30件



PR 業務委託



すべて ニュース 画像 ショッピング 地図 もっと見る 設定

約 11,400,000 件 (0.39 秒)

PRの業務委託のお仕事紹介 | 週3日稼働。副業や兼業も。 | waris.jp

広告 www.waris.jp/

登録後から契約締結後まで、Warisスタッフが手厚くサポート。キャリアカウンセリング・職務経歴書作成アドバイス・タイプ: ... お仕事検索・イベント・ゼミナー・パートナーの声・パートナ...

【PRのプロ集団】カーツメディア | 「PRが効いた」という反響多数

広告 www.kmcpr.co.jp/戦略PR/メディア

テレビに取り上げられる、SNSで大量の「いいね」を貰う。つい話題にしたくなるPRを実現します！ぜひ一度、カーツメディア... PR事例・KMCの強み・PR会社を乗り換えたい方・目的から探...

【業務委託週1～4勤務OK！】広報・PR募集！リユース市場を改革する ...

<https://carryme.jp/detail.html?id=239>

業務委託週1～4勤務OK！】広報・PR募集！リユース市場を改革するスタートアップを広報・PRで支援！ | CARRY ME [キャリーミー] は、フリーランス・個人事業主・キャリアのある子育て中ママ向けに 企業のお仕事をご紹介します。職種（PR・広報やWeb系 ...

【在宅or業務委託週1～2回OK！】広報・PRプロ募集！／オタク文化で世界 ...

<https://carryme.jp/detail.html?id=248>

在宅or業務委託週1～2回OK！】広報・PRプロ募集！／オタク文化で世界をハッピーにする会社！ | CARRY ME [キャリーミー] は、フリーランス・個人事業主・キャリアのある子育て中ママ向けに 企業のお仕事をご紹介します。職種（PR・広報やWeb系など）× ...



CARRY ME

はじめての方へ

求人を見る

アドバイザー

採用企業の皆さまへ

企業概要

ログイン

お仕事詳細



No.239

【業務委託週1～4勤務OK！】広報・PR募集！リユース市場を改革するスタートアップを広報・PRで支援！

リユース市場では、大手資本ではなく、メルカリのようなCtoC機能を持たない、中小企業、ベンチャー企業が殆どで、こうした企業の殆どが在庫の課題、薄利の課題、市場を奪われているという課題に直面しています。そうした課題をITで解決しようとしているスタートアップです。

また、日本だけでなく、世界にも、というヴィジョンを掲げている会社で、実際にフランス市場への進出支援なども事業として実施しており、目指している市場、社会課題は大きなところにあります。

No.239

職種

広報・PR

仕事内容

この、元アクセセンチュアの戦略、ITコンサルタントが創業した会社が、広報・PR経験のある広報プロを業務委託で週1回打ち合わせプラスメディアキャラバン等で活動してくれる方を募集しています。

実際に実施していただきたい業務は、

注目のお仕事



No.593

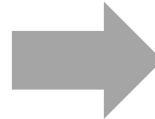
【ライター求人／成果報酬あり！】CARRY MEのオウンドメディアで経営者・人事担当者向け記事を作成いただける方を募集！CARRY MEのオウン...



No.159

【業務委託週1～4勤務OK！】テレビ局でWebメディアの編集を行うメンバーを募集！大手テレビ局での...

いいね！してCARRY MEの最新記事をチェックしよう。



成果: 初期費用1/10 広告費ゼロで登録者1万人以上！



結果

- ・初期コストを1/10に
1000万円前後の見積だったものをデザインも含めて100万円でサービスサイトローンチ(管理画面あり)
- ・広告費ゼロで登録者数1万人以上
SEOが効き広告なしで、半年で毎月100名以上登録

課題②: リード獲得を増やしたい、広告運用の知見がない

01

CPAを抑えつつ
リードを増やしたい



02

広告運用
の知見がない



03

代理店に
依頼するほど
広告予算がない



広告運用を始めたいが経験者がいない！

広告運用でアサインしたプロ人材プロフィール

広告代理店との折衷・広告用クリエイティブのディレクション、 LPOを行い、CPAを既存の1/3、CVR200%に

広告運用のプロ



大手人材派遣会社の採用部門にてグループ会社含む5社のWEB広告の担当者として約2年間従事。広告代理店との折衷・広告用クリエイティブのディレクション、LPOを行い、CPAを既存の1/3、CVR200%に。最終的に広告内製化を確立、未経験者をWEB運用者に育成する体制を整える。その後は業務委託や派遣で、サイバーエージェントや美容サロン等、BtoB/BtoCの広告運用・LPO・SEOディレクションを幅広く手がける。

担当業務

Google・SNS広告の運用＋バナーやLPO改善提案＋メンバー育成

活用事例② 広告運用のチーム体制

広告運用(週1程度)

アカウント開設、タグの設置、
オーディエンスの設定、
広告文の設定バナーイメージ
LPへのアドバイス

打ち合わせ
傾向・最新機能

代理店に頼むようなお金はな
い

代理店の言っていることが
正しいかわからない

デザイナー

デザイナー

媒体

媒体

制作バナー



あのプロが
採用難を救う

「ふつう」の採用から
抜け出したい方以外に
押さないでください!!

CARRY ME

採用難卒業証書

あなたは
正社員採用難を
業務委託活用で解決し
事業成長・売上UPまで
達成したことを証する。



採用脱

採用の常識を覆して
ごめんなさい。

CARRY ME



最短3日でご紹介 報酬交渉もお任せ

専任キャリアアドバイザーの面談でプロを厳選

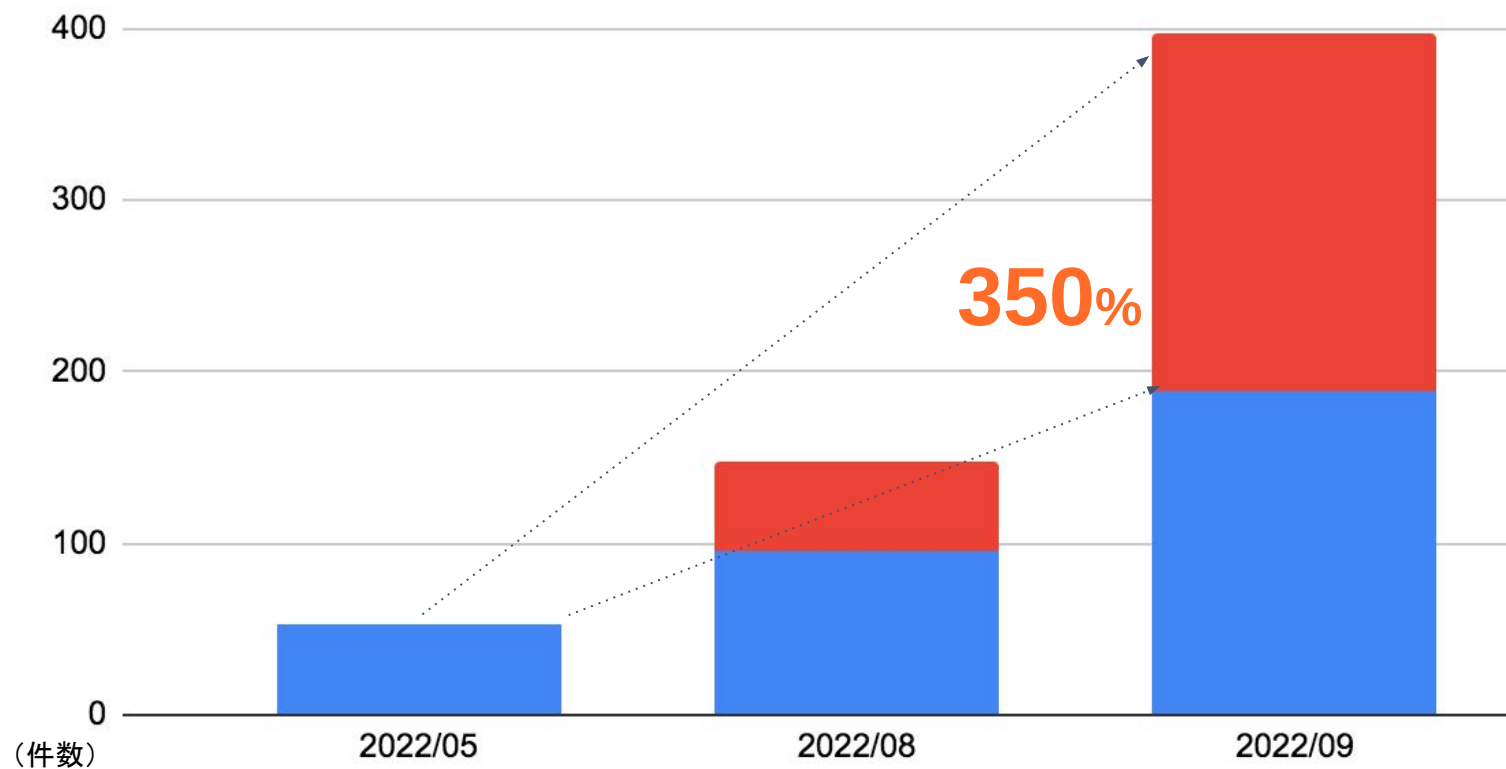


今すぐ無料相談! >

成果: 4ヶ月でCPAを半分にしてリード数3倍以上!

流入経路別リード獲得推移

■ ウェビナー/オンラインイベント ■ web



結果

- ・4ヶ月でweb経由のCPA1/2以下にしてお問い合わせ350%
- ・動画広告ABテストしてCPAを1/10に

課題③: BtoB向けの認知獲得のためのPR施策がわからない！

01

サービスコピー決定
本田さんのアンバサダー就任
どうPRする？



02

B向けの認知獲得に
効果的なPR施策がわからない



03

TVCMや新聞広告を
打つような大きな予算はない



「プロ契約」を企業に広めたいけれど、方法がわからない！

PR戦略でアサインしたプロ人材

電通出身。テレビ局担当を経て、
コミュニケーションプランナー/PRプランナーとして活動を開始。

PR戦略のプロ



PRを起点としたコミュニケーションプランニング、PR、
プロモーションを得意とする。独立後は、電通との業務委託契約を続けながら、直
接、法人企業とも業務委託契約を行い、コミュニケーション戦略やPR/プロモーショ
ン戦略の策定、企画、実施を行っている。

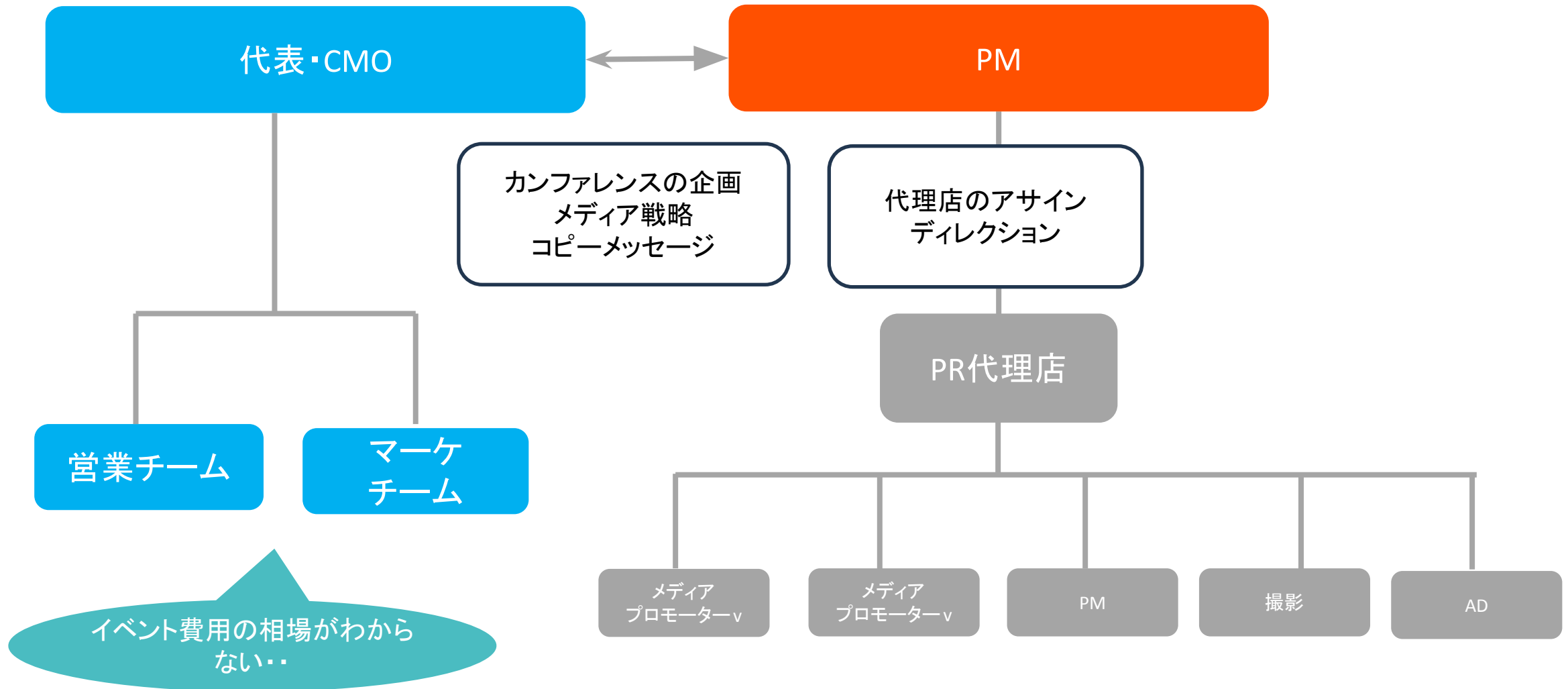
国内最高峰の広告賞であるACCのPR部門のほか、国内外数十のアワードを受
賞。

担当業務

PR戦略・カンファレンス企画・PR代理店のディレクション

活用事例③

PRの大型プロジェクトの企画・実行



2021年1月
プロ人材ポスト公開

日本の企業にプロ契約を
プロジェクト 発足



53社の賛同企業

2021年1～2月
応募期間

特設サイトから
プロ人材が応募



プロ人材

2021年3月
結果発表

企業とプロ人材が
マッチング



業務開始

協賛企業53社(ロゴの提供、プロ人材の求人提出)

賛同企業



当日の取材・後日取材含め1億円以上の効果(広告換算)

結果: 75媒体以上掲載



news every

(日本テレビ) 1月26日放送



Abema Prime

(Abema TV) 1月26日放送



日本経済新聞

1月29日掲載



事例紹介

事例01

IT/Web・通信・インターネット系

株式会社助太刀様



業界 : IT/Web・通信・インターネット系
事業内容 : 建設業界向けインターネットサービス
従業員数 : 170名



状況

- ・新規プロダクトが立ち上がり、新たなマーケティング施策を検討

課題

- ・既存プロダクトではWebマーケティングでのリード獲得が頭打ちに。
- ・新・既いずれのプロダクトにおいても新たなチャンネルが必要

実施したこと

- ・アウトバウンド施策の開始



将来的な内製化を見据え、
アウトバウンドのスキーム構築と
インサイドセールス組織立ち上げへ。



成果

<短期>

- ・アウトバウンド戦略立案～実行支援
- ・毎月安定した新規リード獲得

<中長期>

- ・2年で売上約4倍、
従業員数3倍（40名→170名）
- ・インサイドセールスの完全内製化

事例02

システム開発企業

A社 様

業界 : システム開発
事業内容 : BtoB×AIコーチングサービス
従業員数 : 10名以下



状況

- ・ サービスローンチしたばかり
- ・ 営業組織は無し、社長1人に対応

課題

- ・ 営業・マーケリソースなし
- ・ PMF前で戦略が固まりきっていない
- ・ 競合プレイヤーが多く差別化も難しい

■ 実施したこと

- ・ エンSXを活用したPMF



短期でPDCAを回していくため、
戦略構築と検証を最速で実施



■ 成果

< 短期 >

- ・ 稼働開始 1 ヶ月で想定の3倍以上の
商談獲得

< 中長期 >

- ・ 売れるセグメント × 売れるシナリオ
を発掘し、マーケと営業戦略構築
- ・ 社長に次ぐセールス人材の採用開始

事例 1

保育サービス × SEO／広告

クライアント様

業界：保育（ベビーシッター）

従業員規模：3名（当時）

企業様担当：CMO



状況・課題感

サービスの利用者を増やしたい

- ①代理店の成果に満足していない
- ②戦略立案できる人がいない
- ③正社員での採用は難しい

Webプランナー、SEOのプロをアサイン

アサインしたプロ人材

WEBプランナー (女性／30代)



リクルートマーケティングの営業を経て、サロン運営、家事代行サービスなどで事業立ち上げマーケティングを経験。

- ・三菱UFJモルガン・スタンレー証券で法人および個人向け営業→リクルートマーケティングパートナーズでゼクシィの法人営業→エステサロンの事業立て直し、店舗運営に3年ほど従事し、事業売却家事代行サービスおよび別のSaaS系事業会社にて法人営業、事業立ち上げ、WEBマーケティング業務→独立
- ・SEO、MEO、広告運用、LINEマーケティングなどを軸に、企業様の状況やゴールに合わせて提案、実行

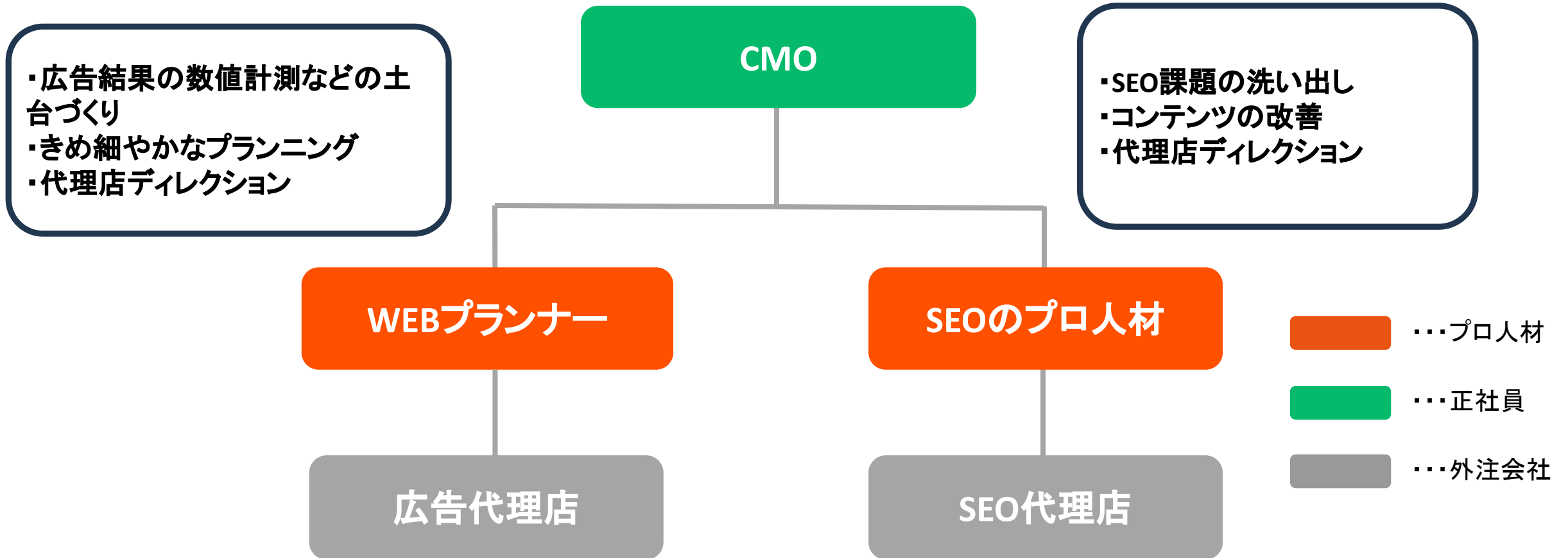
SEOのプロ (女性／40代)



All AboutのWEBプロデューサーを経て、子育て系のウェブメディア、アプリのリリースを経験

- ・オールアバウトにてWEBプロデューサー/ディレクターに従事→起業し法人2社を設立
- ・子育て関連のウェブメディア、アプリを開発。ウェブメディアは妊娠女性の3人に1人が利用するまでに成長
- ・2012年赤ちゃんの毎日を記録するアプリをリリースし、2021年5月にバイアウト

サービス利用者の集客



3ヶ月ごとのマイルストーンをプロ人材と決め、2～3週間に1回ほどのMTG

成果

- ・CPAを維持しながら登録者数2倍増加
- ・1年半でオーガニック検索数を3倍に。3対1だった広告とオーガニック検索の流入対比は逆転。

“年収400万円の社員を複数人採用したとしても、すぐに社内の重要な戦略を立案することは難しい。ならば業務委託人材として年収1,000万円超えのプロを週2日程度でも雇えば、社員では難しい業務も早く正確に進む。結果的にコストもペイできる”

事例 2

システム・ソフトウェア企業 × 人事採用

クライアント様

業界: システムおよびソフトウェアの
受託開発・業務コンサルティング等

従業員数: 50名以下

設立年: 2003年



状況・課題感

- ・若手が多く、経営層と共に実効的な改善策を打ち出せる人材が不足
- ・特に採用業務は自社で手探り。
戦略～実務まで知見のある人材が不在

人事採用のプロをアサイン

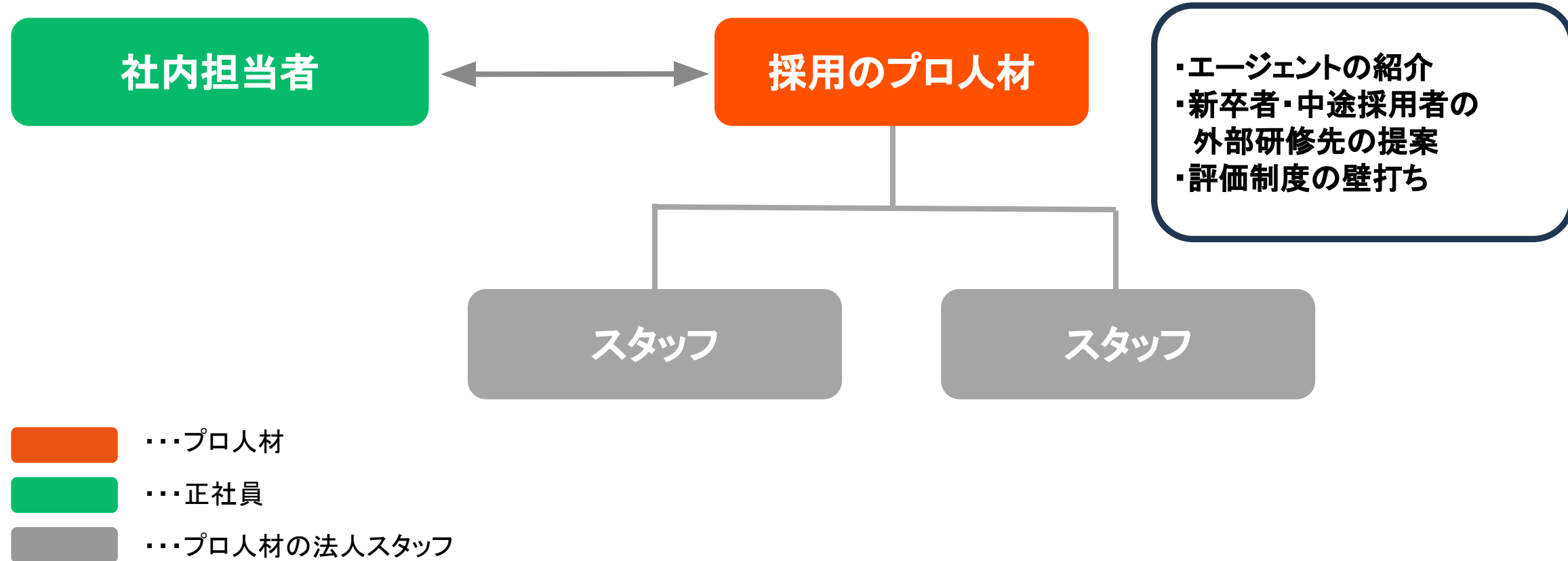
アサインしたプロ人材

人事採用のプロ
40代男性



サントリー営業職を経て、 ビズリーチで人事の戦略・実務・教育を経験

サントリーで営業経験後、教員を経てビズリーチにて営業を担当し、採用・組織コンサルタントとして独立。人事は戦略・実務・教育まで全般に知見を持ち、若い社長やベンチャー企業の社員へのビジネスコーチ、研修講師なども担う。自らの法人を立ち上げ、自社で採用および組織コンサルティングを行っている。



週1回オンラインMTGで連携

成果

- ・プロ人材が採用実務を担い 2週間程度で採用フロー決定
- ・アサインから半年で 4名の即戦力を採用

“プロ人材がジョインして以降、転職サイトの活用度ランキングが飛躍し、閲覧数が伸び応募率が%、気になる応募が15%に増え求人が上位に表示されるようになり、有効母集団を増やす好循環になりました。それまでは書類選考や1次選考で不採用にするケースがほとんどでしたが、優秀な人材の応募が増え、最終選考の実施率がアップしました。

採用業務全般を主体的にフォローしていただくことで、社員の業務負担が一気に減り、社内に余裕も生まれました”

トークセッション & 質疑応答

外注を利用した経験がなく、
どのように依頼したらいいかわかりません。

外注で失敗しやすいパターンや
注意点はありますか？

採用の方がいいというメリットは
どのような点ですか。

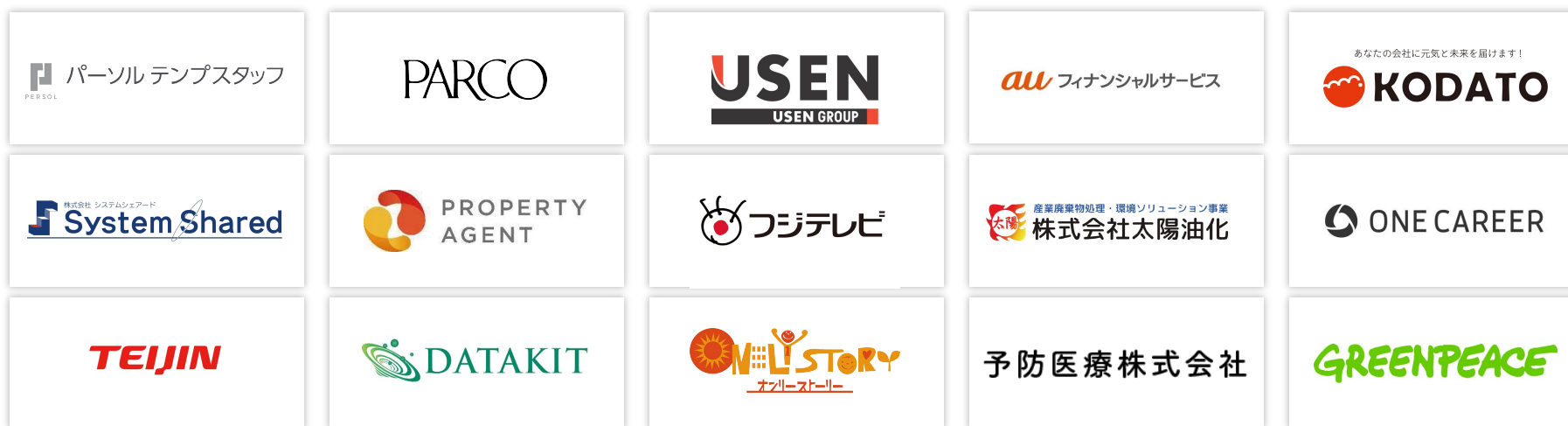
サービス案内

サービス案内



導入実績

社員1名から、IPO前後のベンチャー企業様、
1万名以上の大手企業様まで2000社以上を支援しております。



「複数のプロ人材」を活用している「マーケティング専門」の法人様



よくある課題

キャリアミーですべて解決！！

01

優秀な即戦力を
採用できない



業務委託は
現在買い手市場



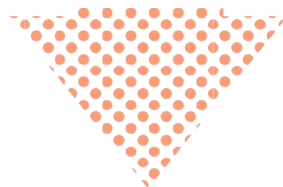
登録者1万人以上から
選び放題

02

施策のノウハウ・
知見がない



1万人を超えるプロ人材の
豊富なノウハウ



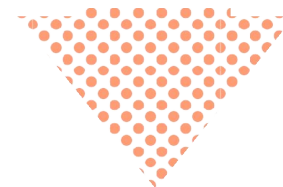
各分野のプロ人材が
戦略から実務まで担当

03

外注したが費用が
あわない

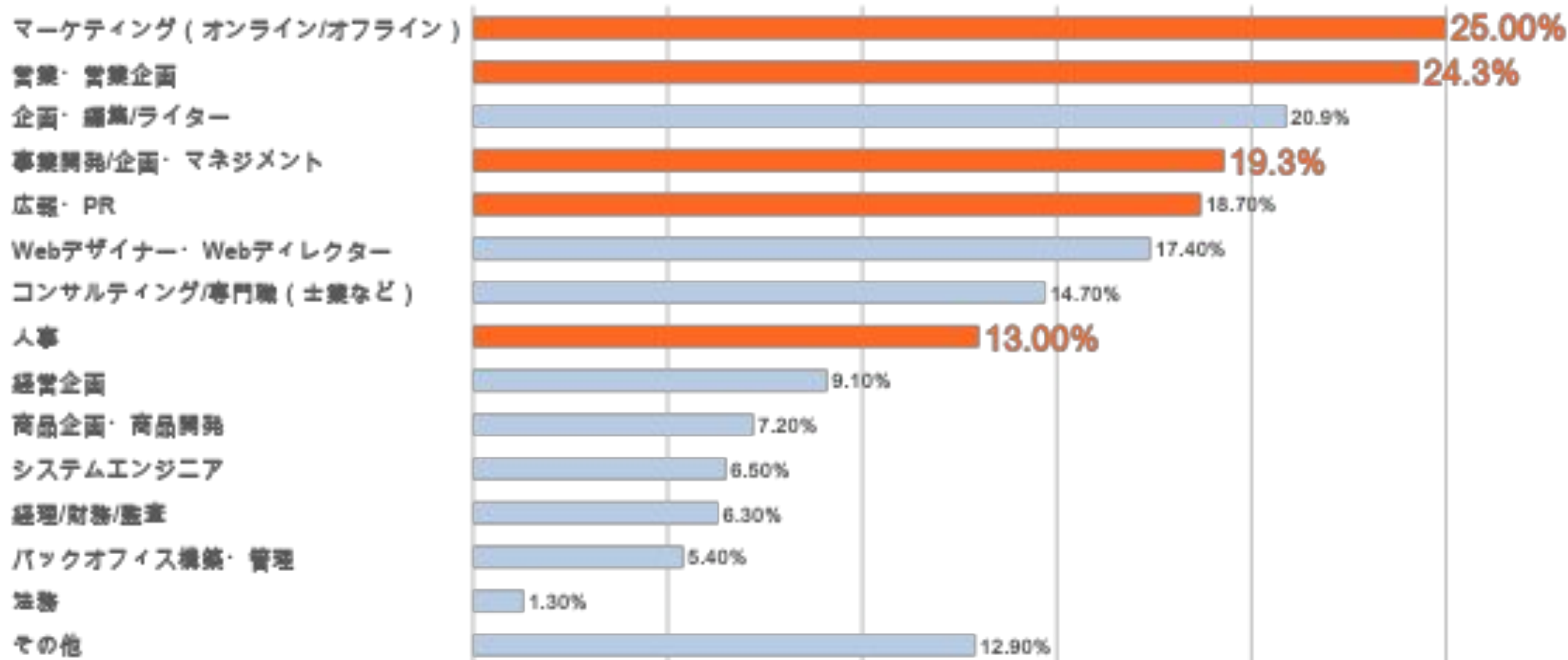


プロ個人との契約なので
代理店より安価



社員の育成や
内製化も可能

登録者1万5000人以上の幅広い経験・スキル



3 段階のスクリーニング

キャリアアドバイザーとの面談、企業様との面談同席、 稼働後の評価と3段階のスクリーニングを実施

(※3段階スクリーニングを実施しており、事業グロースに強いプロに注力しているのは日本でキャリーミーのみ)

01

専任のキャリアアドバイザーの 必ず 1:1 の面談を実施

プロ人材専門のキャリアアドバイザーが
面談・審査をした後、一定の水準を満たした
優秀な人材のみを貴社にご紹介いたします



02

企業様 / プロ人材 / 担当の 三者面談を実施

プロ人材と契約する前に、企業様とのミスマッチを
なくすために、キャリーミーの担当メンバーが
三者間での面談を必ず組ませていただいています



03

稼働後の パフォーマンスチェック

プロ人材アサイン後のパフォーマンスも
データに蓄積し、マッチング精度を
日々高めています



プロ人材と契約までの流れ

課題ヒアリング 求人作成



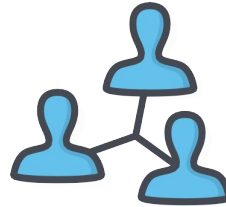
- ・ 30分のお打ち合わせで課題をヒアリング
- ・ 求人作成・掲載
(※企業名非公開)

最適なプロ人材を ご推薦



- ・ 最短翌日に推薦
- ・ 日程調整を代行

三者面談



- ・ 弊社コンサルタントが同席
- ・ 業務内容の整理・条件面の調整をサポート

ご契約



- ・ 契約締結
- ・ 業務開始後のご相談も対応

オンボーディング



- ・ プロ人材活用サポート
- ・ 定期的なヒアリング

完全無料でサポート

成約後から費用発生

サービス案内





【エンSX】は、人材ビジネスというレッドオーシャンにおいて直近5年で売上4倍を実現し、権威あるポーター賞※を受賞したエン・ジャパンから生まれたサービスです。

エンSXを利用することで得られるものは、たとえば次のようなことです。

ABM戦略

戦略に適した新規顧客リスト

受注確度の高いアポ

勝てる商談ノウハウ

自社の課題にマッチしたDXツール

DX人材

セールスイネーブルメント

そして、上記の結果としての生産性向上と事業の成長などです。

※ポーター賞：製品、プロセス、経営手腕においてイノベーションを起こし、これを土台として独自性ある戦略を実行し、その結果として業界において高い収益性を達成・維持している企業を表彰するため、2001年7月に創設された賞。名前はハーバード大学のマイケル・E・ポーター教授に由来。

en IN SX セールス

en IN SX セールスアナリティクス

エン・ジャパン 企業向け営業支援 コンサルやセールス受託

人材サービス大手のエン・ジャパンは企業向けの営業支援事業を始める。転職サイトで手がけた営業活動などのノウハウをもとにコンサルティングやセールス活動を受

託し、営業向けデジタルツールの導入や人材育成も担う。新型コロナウイルスの影響でオンラインによる営業活動の競争が激化するなか、手法に悩む企業の需要を取り込む。転職サービスで取引のある約6万社に売り込む。第1弾としてオンラインによる新規顧客の開拓や商談先の選定などの業務の一部をエン・ジャパンが請け負い、営業戦略のコンサルも実施する。

新型コロナウイルスの影響で、ウェブを活用したマーケティング手法が増え、ウェブ広告など従来の集客方法の効果が低下しつつある。エン・ジャパ

は集客のノウハウに精通した社員らが自ら営業して受託先をサポートする。

2022年には事業を拡大する計画で、支援システムなどの提供や社員へのコーチングなどにも取り組む。計画中の支援システムは自社で製品開発することも検討する。

エン・ジャパンは08年

のリーマン・ショック後に、主力の転職サービスの業績低迷を契機に、デジタルツールを使った効率的な営業体制への転換などを進めた。転職サービスの売上高を5年間で4倍に伸ばした実績もあり、新型コロナウイルス前から営業の効率化に取り組んできたノウハウを生かせる

と判断した。

解決できる課題



Webマーケティング が頭打ち

- ✓ Webマーケでリーチできる母数が頭打ちとなっている
- ✓ 急速な事業成長が必要で、Webマーケのみでは達成が困難



商談獲得の施策 が不十分

- ✓ 多数のチャネルで顧客獲得施策を実行しているが、効果が見えない
- ✓ 難易度の高い潜在層・準顕在層の獲得に向けた施策がない



ノウハウ／リソース が不足

- ✓ ABM戦略立案～実行のノウハウ、リソースが社内にはない
- ✓ 営業の型ができておらず、受注率が低い

完全
無料

業界最大級の人事情報サイト 人事のミカタ

en
人事の
ミカタ事務局担当
齋藤有里[自己紹介ページへ](#)お役に立てば
ブラボーをお願いします！

ブラボー



イマイチ

私へのご連絡はこちら！

0120-953-654

[メッセージを送る](#)


24
ブラボー

NEW 2023/05/11 UP

コロナ後、求職者の「企業選び」に変化あり！1万人超に聞いたホンネを公開！

アフターコロナの「求職者心理」

大規模アンケートで聞いた、コロナ後の求職者の心理を考察！



- 登録無料！人事担当者の「困った」を解決する最新情報をお届け！
- 40種の人事業務関連フォーマットがダウンロード可能！
- Amazonギフト券が当たるプレゼントキャンペーン実施中！