

経営課題の解決や、成長スピードを加速させたい
とお考えの経営層・マネジメント層必見！

新規事業立ち上げ・セールス・マーケティング・IT・人事制度・採用・・・。

成長スピードを“買う”。

あらゆる課題を解決する特効薬とは？

～課題解決の最適解としての「プロパートナー」活用～



目次

本資料の目的

第1章 企業の成長に直結する「経営課題解決」

- ・新規事業立ち上げ・セールス・マーケティング・IT・管理……。多種多様な経営課題が企業の成長を妨げる
- ・経営課題解決のスピードが企業の成長スピードを決定する
- ・多種多様な経営課題の解決には困難も。企業はどう向き合うべきか？

第2章 経営課題解決スピードを加速させよ！あらゆる課題を解決する特効薬とは？

- ・経営課題解決の特効薬「顧問活用」とは？
- ・顧問活用が注目を集めるワケ
- ・時間・ノウハウ・人脈を買う。顧問活用でできること
- ・一方で課題も。顧問活用の課題を整理する
 - 「顧問」紹介会社の位置づけの違い
 - 課題解決へのコミット意識
 - 顧問自身の課題解決能力

第3章 顧問活用ではなく「プロパートナー活用」。実績豊富・多種多様なプロフェッショナルが多数所属するエッセンスの「プロパートナーズ」とは？

- ・ビジネスの第一線で活躍し、実績豊富なプロフェッショナルのみが所属
- ・プロパートナーとのコミュニケーションをサポート！課題解決にコミット
- ・所属プロパートナー一例
- ・導入事例

会社概要



本資料の目的

経営課題を解決し、企業の成長スピードを高めるには

企業は常に経営課題を抱えています。事業が発展し、企業の規模が拡大するに従って新たな課題が発生し、それまで問題とならなかったことが問題視されるようになります。

企業の成長段階で現れる課題は、企業の発展を妨げる要因になります。課題を早めに解決するほど、企業の成長スピードも早くなるのです。

しかし、解決すべき課題の優先順位や解決方法が異なる中で、社内のリソースだけでは解決できない課題も発生します。

⇒ 本資料では、経営課題が与える企業の成長への影響とその解決方法についてご紹介します。経営課題を解決し、成長スピードを加速させたいとお考えの経営層・マネジメント層必見の資料です。

1章

企業の成長に直結する「経営課題解決」

新規事業立ち上げ・セールス・マーケティング・IT・管理……。多種多様な経営課題が企業の成長を妨げる

●経営課題は常に発生してくる

企業が成長する過程で、新規事業の立ち上げやセールスの生産性向上、マーケティング施策、ITの整備、管理部門の体制作りなど、さまざまな経営課題が現れてきます。これらの課題は企業の成長を妨げる要因となり、一つ一つ解決を図っていかなくては、企業は健全な成長をすることが難しくなります。

表：企業の成長段階と課題

| 成長段階 | 創業期 | 急成長期 | 安定成長期 |
|------|--|--|---|
| 課題 | <ul style="list-style-type: none"> ・製造・販売体制の確立 ・資金集め ・事業計画の立案 ・ITの導入 | <ul style="list-style-type: none"> ・経営体制／組織整備 ・人材採用 ・社内コミュニケーション ・業務の効率化 ・製造体制強化 ・営業／販売体制の強化 ・ITの整備 | <ul style="list-style-type: none"> ・新規事業 ・経営戦略の見直し ・人材育成、社内活性化 ・組織再編成 ・ITの整備 |

経営課題解決のスピードが企業の成長スピードを決定する

●課題を解決するごとに、企業は進化する

前述したように、企業の成長過程においてさまざまな経営課題が現れます。これらの経営課題をひとつひとつ解決していかなければ、企業は健全な成長を図れません。それどころか、成長の大きな妨げになってしまいます。

つまり企業の成長スピードを決めるのは、経営課題の解決スピードということになります。**経営課題を素早く解決できれば、それだけ企業の成長も早まります。**そのため、企業は現れた経営課題をいち早く解決していかなくてはなりません。

経営課題の
解決スピード



企業の
成長スピード

多種多様な経営課題の解決には困難も。 企業はどう向き合うべきか？

●現在、大きな注目を集めている解決策「顧問活用」

前ページで説明したように、企業は経営課題をスピーディに解決することが求められますが、企業における経営課題は多種多様です。**現有の社内のリソースだけでは、解決していくことが困難なケースも多く発生**します。

もちろん全ての経営課題は解決しなければなりません。企業の方向性や経営戦略によって経営課題の優先度が変わります。そのため、優先順位の高い課題から集中して解決をしていきます。しかし、「優先順位は高いが自社で解決できない」あるいは「解決までにあまり時間をかけられない」といった課題がある場合は、どのように対処したらよいのでしょうか。

その解決策として「コンサルティングをいれる」、「必要な人材を採用する」などの方法が考えられます。いくつかの解決策の中で、**いま大きな注目を集めている解決策が「顧問活用」**です。

⇒ 2章では、この顧問活用について詳しく見ていきましょう。

2章

**経営課題解決スピードを加速させよ！
あらゆる課題を解決する特效薬とは？**

経営課題解決の特效薬「顧問活用」とは？

●最も即効性の高い経営課題解決

経営課題解決の特效薬としての「顧問活用」が注目されています。企業の中には税理士や弁護士、社会保険労務士などの専門家を顧問と迎え、専門的見地から指導や助言など受けているところも少なくはありません。顧問活用では、これと同じように**自社の抱える経営課題に関して、それぞれの分野のエキスパートに専門的見地からの助言を受ける**のです。

その分野は経営、人事、営業、生産技術、新規事業・サービス開発、管理、マーケティング、WEB、IT、社内システム構築、海外進出など多岐にわたります。**顧問活用は、こうしたさまざまな分野の専門家に自社に足りないリソースやノウハウ・知識を埋めてもらい、経営課題を解決していく方法**です。



経験豊富な専門家が直接ジョインするので、
即効性の高い経営課題解決を計れる

顧問活用が注目を集めるワケ

●顧問活用の優位性

経営課題の解決策として顧問活用が注目されていると述べましたが、それはなぜなのでしょう。経営課題の解決方法には、コンサルティングや人材採用など他の手段も考えられます。しかし下の表のように、**顧問活用は他の解決手段に比べて大きな優位性を持っています。**

表：課題解決方法の比較

| | 顧問活用 | コンサルティング | 人材採用 |
|------|------|----------|------|
| スピード | ◎ | ○ | × |
| 実行性 | ◎ | △ | ○ |
| 継続性 | ○ | × | ◎ |
| コスト | ◎ | × | ○ |

時間・ノウハウ・人脈を買う。顧問活用でできること

●成長スピードが顧問活用のメリット

他の経営課題解決法より優位性のある**顧問活用の導入メリット**は、「**時間・ノウハウ・人脈を買う**」という点です。本来であれば人材を採用し、育て、日々の業務活動を通してノウハウを習得し、人脈などを作っていくものです。しかし顧問活用によって、既に顧問が保有をしているノウハウや人脈を即活用することができます。つまり、時間を買う＝成長スピードを買うことに繋がってきます。顧問活用の特徴は下記の3点です。

特徴①：採用が難しいプロフェッショナルを活用可能

独立している優秀なエンジニア、クリエイターの力を活用することが可能です。

特徴②：自社にないノウハウを社内へ蓄積

経験豊富なプロフェッショナルのノウハウ・知見を社内に蓄積することが可能です。

特徴③：やりたいことが実現できる体制の構築

必要な時に必要な人材をアサインすることが可能です。

一方で課題も。顧問活用の課題を整理する

●顧問活用の抱える3つの問題点

万能のように思える顧問活用ですが、顧問と契約する際には以下3つの課題が考えられます。

「顧問」紹介会社の
位置づけの違い

課題解決へのコミット意識

顧問自身の課題解決能力

⇒ 次ページより、これらの課題を詳しく解説していきます。

「顧問」紹介会社の位置づけの違い（1）

●紹介形態の違いに注目

顧問活用をするためには、人材紹介会社などを通して顧問を紹介してもらい、紹介された方と顧問契約をする形式が一般的です。しかし顧問紹介の形態は、会社による違いがあります。そのため顧問を紹介してもらう際に、どのような位置づけで顧問を紹介してくるのかを知っておく必要があります。

顧問紹介の形態には、大きくわけて次の3つがあります。

（1）採用としての顧問紹介

（2）派遣としての顧問紹介

（3）経営課題解決のための顧問紹介

「顧問」紹介会社の位置づけの違い（2）

● 経営課題の解決と紹介目的が直結していない場合も

（1）採用としての顧問紹介

主に人材紹介会社が行っている場合が多く、人材紹介会社のビジネスは採用が決まったら費用が発生するため、採用させることが目的になります。顧問の採用後は経営課題が解決されようがされまいが費用には関係ないため、課題解決よりも顧問を採用させることに重点が置かれてしまいがちです。

（2）派遣としての顧問紹介

人材派遣会社が行っている場合が多く、適切な人材を派遣することで費用が発生します。顧問を派遣して毎月の費用をもらうことが目的なので、1ヶ月だけでもいいから顧問を使ってみませんかという営業をしている会社もあります。しかし経営課題の多くは解決までに時間がかかるため、「経営課題の解決」という視点よりも「派遣すること」が目的になってしまいます。

「顧問」紹介会社の位置づけの違い（3）

●おすすめの紹介形態とは

（3）経営課題解決のための顧問紹介

もっとも選ぶべき会社は、経営課題解決のための顧問紹介をしてくれる会社です。このような会社は、顧問を紹介する目的を「経営課題解決のため」と明確にしています。自社のビジネスの価値が「企業の経営課題解決」なので、闇雲な顧問紹介や派遣をせず、経営課題解決のために最善の顧問選定をし、アフターフォローもしっかりしています。

また、もう一つの視点で、人材紹介会社や派遣会社が行っている顧問紹介は、**シニア層の再就職支援的な位置づけを持っています**。人材紹介会社、派遣会社に登録しているシニア層は再就職を考えた際に採用につながりづらく、そうなる人材紹介会社・派遣会社には費用が入りません。そのため、これらの層は採用ではなく顧問紹介という形で紹介されることが多くなります。つまり、このような場合の「顧問紹介」では、**経営課題の解決に主眼が置かれておらず**、すでに現役から退いている人が顧問を行うことになるため、必ずしも成果が出るとは限らないのです。

課題解決へのコミット意識

●顧問紹介の形態によってコミット意識が違う

これまで説明したように、会社によって顧問紹介に対する意識が大きく違ってきます。この違いは、経営課題解決に対するコミット意識に直結しています。

採用や人材派遣として顧問紹介を行っている会社の場合、コミット意識はどうしても低くならざるを得ません。そのため企業が抱えている経営課題と、対象顧問のミスマッチが起こりがちです。その一方で、**経営課題解決のための顧問紹介は、もともと経営課題解決を目的に置いているため、非常に高いコミット意識を持っています。**

「顧問活用をしても思い通りの成果が出なかった」
という企業担当者の声をよく聞きますが、
これは紹介会社のコミット意識の違いが非常に大きくかかわっています

顧問自身の課題解決能力

● 審査の緩い紹介会社もあるので注意が必要

「顧問紹介会社の位置づけの違い」や「課題解決へのコミット意識」に加えて重要なのが、紹介された顧問自身の課題解決能力です。

顧問活用は課題解決のための特効薬として期待されているので、「人脈・ノウハウを買うこと」と同義で捉えることができます。期待されて入った顧問が、すでに現役から退いて時間が経っている場合は、人脈も薄くなり、ノウハウも現状に即していないかもしれません。その結果、解決につながらないことも考えられます。

また、顧問として登録する際の審査基準も紹介会社によってさまざまです。中には**審査のゆるい会社もあるので、課題解決能力が低い顧問に当たってしまう可能性も少なくはありません。**

3章

顧問活用ではなく「プロパートナー活用」。
実績豊富・多種多様な
プロフェッショナルが多数所属する
エッセンスの「プロパートナーズ」とは？

ビジネスの第一線で活躍し、 実績豊富なプロフェッショナルのみが所属

●登録時の審査は業界一の厳しさ

エッセンス株式会社（以下エッセンス）は、実績豊富なプロフェッショナルの力を企業の経営課題にあわせて活用する「プロパートナーズ」という事業を行なっています。プロパートナーズでは、「プロパートナー」と呼ばれる第一線で活躍するプロフェッショナルが企業の課題解決に当たります。エッセンスに所属する**プロパートナーは、プロフェッショナルとしてビジネスの第一線で活躍し、実績豊富な方のみが登録**されています。**登録時の審査は業界一の厳しさ**で、エッセンスに所属するプロパートナーからの紹介が必要なことに加えて、以下の3つを満たしている必要があります。

エッセンスに
所属する条件

秀でた専門性をもつ人材であること

複数の経営者からの推薦を得た人材であること

ビジネスの第一線で活躍中の人材であること

プロパートナーとのコミュニケーションをサポート！ 課題解決にコミット

●言にくいことを企業側に代わって専門スタッフが折衝

エッセンスでは企業と、契約を結んだプロパートナーとのコミュニケーションをサポートしています。社外の人材を活用する際、企業からお困りの声が多いのが、業務内容や条件面の折衝です。企業からは直接プロパートナー本人に言にくい内容を、企業に代わって交渉・調整を行います。

また契約がスタートした後も、業務がスムーズに進むよう専門スタッフがサポートします。エッセンスへの問い合わせ後、プロパートナーの業務開始までの流れは右図のとおりです。



所属プロパートナー一例

●所属プロパートナーの紹介

営業プロ顧問

元楽天の営業部長。毎月40人の新人を育成しながら、前年比140%という成長を支える。PDCAサイクルを回す仕組みや、新人営業マンでも実現可能なスキームを構築した実績を持つ。

アドバイザー型 プロ顧問

現在は大手になった、システムソフトウェア会社を立ち上げた。ベンダーとの幅広いネットワークを持つ。残業時間の削減と人件費の圧縮に貢献し、商品の納期を20%短縮、原価率を30%縮小させた。

新規事業 立ち上げを行う プロ顧問

オールアバウト事業部長、エンファクトリー副社長などを歴任。営業において前年比140%の売上目標達成し、新しく立ち上げたECサイト事業では半年で月間350万ページビュー、売上2.5億円の事業化を達成。

導入事例（1）

●特定業界向け広告代理店の事例

課題

特殊な業界に特化した広告代理業を営んでいる。その業界の習慣により、コネクションがないとターゲット企業とのチャネルをなかなか作れない。また、多くの営業マンで対応しているが成果を出せていない。

推薦した プロパートナー

ターゲット業界の中核企業に在籍し、
現在も多くのコネクションを持つプロパートナー



企業様の声

業界特有の風習・文化に精通していて、即座に営業方針とターゲット先について同意できた。現在も、社内の営業マンと二人三脚で新規顧客先の開拓をしてもらっている。

導入事例（2）

●量販店経営の事例

課題

フランチャイズ方式による加盟店を増やしたいが、業態がFCとして検討にあがりづらい。1件ずつ説明しながら候補企業を増やしたい。

推薦した プロパートナー

中小企業の経営団体を主催し、
多くの経営者の悩み相談を受けられているプロパートナー



企業様の声

多くの経営者コネクションを持っているので、当社FCがマッチする会社の選別と、自然な引き合わせの場を演出してもらった。候補企業様を不快にさせることなく、理解を促す説明をしてもらえた。

会社概要

| | |
|---------------|---|
| 社 名 | エッセンス株式会社 |
| 設 立 | 2009年4月7日 |
| 事 業 内 容 | プロパートナーズ事業（プロフェッショナルの紹介） リクルーティング事業（ヘッドハンティング及び人材紹介） |
| 本 社 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 |
| 電 話 番 号 | 03 - 6661-7747（代表） |
| 代 表 取 締 役 社 長 | 米田 瑛紀 |
| 資 本 金 | 10,000,000 円 |

※2015年8月現在

本資料についてのお問い合わせや、
「プロパートナーズ」に関するご相談は下記までご連絡ください。



エッセンス株式会社

03 - 6661-7747 (代表)

住所：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

サービス詳細URI

<http://www.essence.ne.jp/propartners.html>