

本気で課題解決に取り組む企業を、全力でサポートします。



 仙台市 ×  CIRCULATION



令和6年  
**2024**  
年度

プロフェッショナル人材活用による  
**中小企業の  
課題解決支援事業**

発行：仙台市経済局産業政策部 中小企業支援課  
(運営事務局 株式会社サーキュレーション)  
発行日：令和7年3月



 仙台市 ×  CIRCULATION



システム連携で  
業務効率化とデータの一元化

株式会社閣

宮城県仙台市青葉区一番町3-7-1 電力ビル1F  
TEL.022-212-1213

1988年、牛たん料理店として仙台市内に創業。2015年に株式会社化し、現在は牛たん料理店の他、カフェや洋食店など合わせて10店舗を展開する。



女将  
中田 和子さん



● 人事担当 … 澤田 由香里さん  
● 経理担当 … 津々良 智恵さん

● 小田川 潤さん (左)

建材メーカーでのフィールドセールス、上場企業ICT部門の事業部長を経て、コンサル系スタートアップへ転職。現在は同企業の役員を務めつつ、仙台市で会社を設立し代表を務める。建設業のバックオフィス業務を50%効率化し、売上150%増を達成。廃棄物収集運送業の在庫管理システムPoC構築など実績多数。属人化が課題の業界において、DX推進を強みに支援を行う。

● 相澤 真也さん (右)

金融機関、英語教育企業、医療介護施設でセールスや相談業務に従事し、スタートアップのコンサルティング会社へ転職。現在は同社の営業本部長兼コンサルタントとして、仙台市を拠点に東北・北海道地域をカバーしている。

株式会社ウィズグロース  
代表取締役社長 CEO  
小田川 潤さん(左)

営業本部長兼コンサルタント  
相澤 真也さん(右)

担当プロ人材

課題  
Mission

詳しい  
インタビューは  
こちらから



対策  
PLAN

改善すべき点を  
プロ目線で  
チェック!



STEP 1

事務作業の負担増!

事業規模が拡大し店舗数や売り上げが増加する中、会計や労務管理等のバックオフィス業務がDX化できておらず、非効率なまま少数で担う状況が課題。

店舗の売上や勤怠管理も、店長が帳票ごとに手入力しており、増大する事務作業が本来業務を圧迫。リアルタイムで損益状況を確認したいという経営陣の要望にも対応できていませんでした。



STEP 2

改善すべき点をプロの視点で分析!

プロのチェックポイント



1 自社に合う  
システム選び



数年前に会計システムの導入に挑戦したものの、使いこなせずに断念した経験が。業務効率向上のためにDX化が必要だと理解しているが、どのように導入すればいいかわからない。

2 システムが連携しなければ  
負担軽減に結びつかない!

従来使っていたPOSレジは会計システムと連携しておらず、閉店後に帳票に合わせて手入力が必要でした。勤怠管理と給与計算ソフトもそれぞれが独立していたため、毎月ごとに膨大な手入力作業をしていました。

作戦1 機能・サポート体制  
をチェック!

バックオフィス業務の内容を洗い出し、客観的な視点で各メーカーのシステムの特徴と照らし合わせ、最適な商品をセレクト。また、導入後のサポート体制の充実度は非常に重要。操作や運用に関する問い合わせに素早的確に対応してくれるかどうかを重視して選びました。

作戦2 会計システムを中心に  
全体を連携

初めに会計システムを決め、それに付随するシステムを順次導入。これによりすべてのデータの自動集約と一元化、可視化することが可能になりました。店舗でレジ入力することに会計システムに反映され、終業後の手入力作業が不要に。勤怠管理も店舗での打刻から給与計算へ連携されるため作業が激減。人的ミスもなくなります。

STEP 3

現場・バックオフィスの負担減と  
リアルタイムの損益管理実現へ!

現在、実際の運用へ向けた最終的な段階に入っており、バックオフィス作業の自動化、店舗ごとの事務作業の軽減、経営陣のリアルタイムでの損益管理により、全体的な事務作業工数が50%以上削減される見込みです。



成果  
GOAL



小田川プロ・相澤プロ  
からメッセージ



会計システムは、重要な情報が集約される“おおもと”ですから、店舗運営と並行して導入するのはかなりの負荷を伴います。容易な部分から手を付ける方法もある中、「最初に会計システムを入れ替える」と決断され、実際にやり遂げられたことが成功の決め手となりました。

女将 中田さん  
からメッセージ



システムが連携すればどうなるか、という未来図を分かりやすく見せていただいたことで勇気が出ました。アナログ作業はすでに限界が来ており、やるしかない中で、DX化による業務改善に実績のある小田川さんに出会えたことは私たちにとって幸せでした。





# 中核人材の採用実現

「採用広報」を磨き上げ

株式会社メディアステーション  
仙台市青葉区中央一丁目3番1号 AER24階  
TEL.022-797-9739

1999年に設立。携帯キャリアショップ事業を中心にインターネット関連事業、OA機器販売、教育・学習支援、人材派遣業などを展開しています。



代表取締役社長  
鈴木 善正さん



担当プロ人材



株式会社スケッチ 執行役員  
国家資格キャリアコンサルタント  
喜多見 梢さん

新卒で採用支援会社へ入社し、会社規模、業界問わず600社以上の採用支援を実施。その後、人材紹介事業の立ち上げに従事し営業兼キャリアアドバイザーとして、約500名の転職支援及びキャリア相談を実施。  
現在は、法人向けのHRコンサルティング及び付帯領域の支援全般を行っている。国家資格キャリアコンサルタント保有。

## 課題 Mission

詳しいインタビューはこちら



## 対策 PLAN

改善すべき点をプロ目線でチェック!



## 成果 GOAL



STEP 1

### 中核人材の不在と採用フローの未構築

事業の多角化を推進する中で、中核となる人事責任者が不在であることが最大の課題。ショップスタッフの採用も思うように進んでいませんでした。さらに今後の採用拡大に向けて、採用ノウハウの内製化を目指していました。



STEP 2

改善すべき点をプロの視点で分析!

### プロのチェックポイント



Check!



1 来てほしいのはどんな人?



採用後に定着、活躍できる人材のポイントは「スキル」と「カルチャーフィット」の2点。とりわけ後者は重要だが、「自社に合う人材とは」が言語化に至っておらず、求める人物像が社内でも共有できていない。

2 見てほしい人に届いているか?



ハローワークや求人サイト・媒体などでのチャネルに対して、また異なる職種を募集する際にも、同じような採用広報になりがち。「この求人をごどのターゲットに見てもらいたいのか」という視点が不足していました。

作戦1

### 要素を洗い出して整理する

採用に関わるチームの一人一人が「仕事を任せられる人」の要素を考え、出てきた要素を全員で検討しながら優先順位をつけていきました。パターンの異なるペルソナ(架空の人物像)を用いて具体的なイメージを共有すれば、チーム内で認識のずれが起きにくくなります。

作戦2

### ターゲット、チャンネルごとに最適化

チャンネルごとの特性を捉え、求人ごとにどの媒体を使うか、訴求ポイントは何か、無料掲載か有料掲載かなど最適化を図ることでターゲットに届きやすくなります。人事責任者の求人には、ハイクラス人材を多く扱うエージェントと契約し、待遇や仕事内容をしっかり訴求することも効果的。

STEP 3

### 人事責任者の採用が実現、採用ノウハウも内製化へ!

新規契約したエージェントを通して優秀な人事責任者を採用することができました。採用ピッチ資料、Google ビジネスなど新たなツールの活用も軌道に乗り、採用広報のポイントは社内でも引き継げる資料にまとめており、内製化のめどが立ったといえます。

喜多見プロ からメッセージ



プロジェクトチームの皆様が常に前向きで意欲的に様々な施策と一緒に取り組まれたことが、素晴らしい成果を生んだと思います。

鈴木社長 からメッセージ



これまで社内になかった発想をもたらし、採用に対する思考を変えてくれた。実際の成果も上がり感謝しています。

1 自力採用力 = 企業力 × 社員待遇 × 採用活動力

短期間で高めることは困難… のびしろが見込める!

まずは「採用活動力」に投資しよう!

2 採用活動力 = 採用広報 × 採用実務

採用広報とは?

- 採用広報量…(どれだけの求職者に見聞きしてもらえるか)
- ターゲット…(ターゲットは的確で明確か)
- 自社の魅力…(ターゲットに対して訴求すべき魅力は何か)

つまり採用広報の磨き上げが大事!

プロ人材の小孩  
自力採用力アップ  
のカギは…  
採用広報の磨き上げ!





## 組織体制の強化から 自発的なM V V策定へ

※MVV：ミッション・ビジョン・バリュー

### 株式会社りらいぶ

仙台市泉区長命ヶ丘3-27-3 オメガコートビル1F  
TEL.022-343-1209

機能性ウェア「リライブシャツ」シリーズの開発、製造、販売を行う。血行促進をサポートするなど“着る医療機器”として評判が広まり、急激に売り上げを伸ばしている。



執行役員・社長室室長  
三鬼 有登さん



● 経営管理本部 部長 … 齋藤 武人さん

担当プロ人材



株式会社 TANEDA 代表  
種田 成昭さん

学生時代にベンチャー起業 → バイアウト後 → 人材コンサル会社に就職 → HRテック企業を創業しバイアウト後、主に100億企業の外部取締役をしながらグループ会社4社を経営。  
プロ人材としては、累計で100社以上のプロジェクトに従事して上場企業からベンチャーまで幅広くハンズオン型サポートを行っている。



### 課題 Mission

詳しいインタビューはこちら

#### STEP 1

### 急成長に内部体制が追いつかない

短期間で売り上げを急激に伸ばし、従業員数も増加。事業規模の急成長に内部体制の構築が追いついていませんでした。組織整備や人事制度の構築など、社内体制全般に未熟な状態でした。



### 対策 PLAN

改善すべき点をプロ目線でチェック！

#### STEP 2

### プロのチェックポイント

#### 思い描く“会社像”にバラつき

事業部門それぞれのトップは仕事に意欲的で能力も高いが、思い描く会社像が共有されていない。「りらいぶの幹部としてどうあるべきか」という社の一員としての思いにバラつきがありました。



#### 作戦

### 自己分析から考察を深める

幹部陣にヒアリングと自己分析を実施。一人一人のコミュニケーションやマネジメントのスタイル、仕事に対する考え方を分類し、傾向を明らかにしました。それぞれのタイプを踏まえて、会社として与える役割を明確にし、個人としては幹部としてどうあるべきかを深掘りしました。

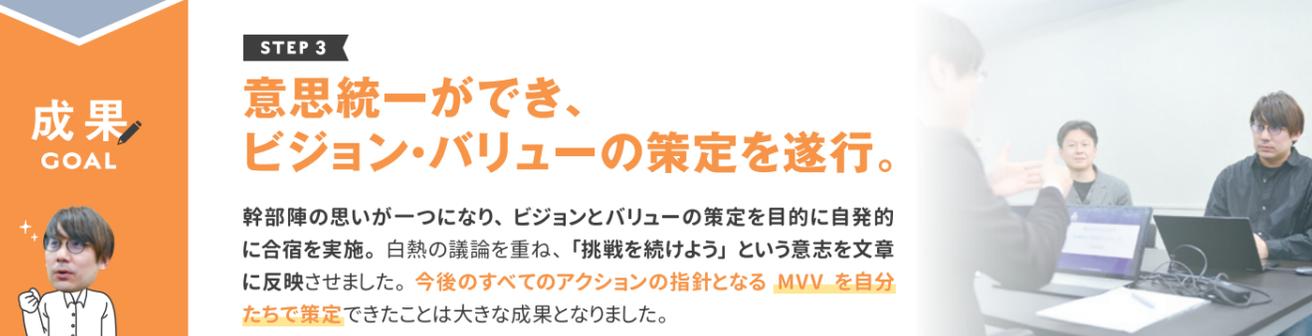
### 成果 GOAL



#### STEP 3

### 意思統一ができ、ビジョン・バリューの策定を遂行。

幹部陣の思いが一つになり、ビジョンとバリューの策定を目的に自発的に合宿を実施。白熱の議論を重ね、「挑戦を続けよう」という意志を文章に反映させました。今後のすべてのアクションの指針となる **MVV** を自分たちで策定できたことは大きな成果となりました。



## 広報・販促のノウハウを伝授！ 商談も実現！

### 株式会社日本眼科医療センター

宮城県仙台市泉区桂4丁目33-3  
TEL.022-374-2226

眼科医療に携わるすべての人を支えるを基本方針に、眼科医療機器の販売業務及びアフターメンテナンス業務、開業を目指すドクターの開業支援業務を行っています。



代表取締役  
郡山 知之さん



● 執行役員・販売事業部長 … 高橋 亨さん  
● 総務主任 … 田面木 悠雄さん

担当プロ人材



ヘルスケア・ビジネス・マーケティング研究所 所長  
(ヘルスケア・マーケティング・コンサルタント)  
中島 広道さん

マーケティング専門シンクタンクやヘルスケア領域専門のコンサルティング会社で経験を積み、医療系の某有名企業におけるマーケティング戦略に携わった経験を持つ、ヘルスケア系事業の戦略立案を得意とするプロ人材。現在は独立し、健康増進事業、薬局関連事業、医療関連事業への新規参入企業に対するコンサルティング実績も多数保有。

### 課題 Mission

詳しいインタビューはこちら

#### STEP 1 販路拡大のための広報戦略

同社は東北大学のニーズから唯一無二である眼の健康に特化した自社製品を完成させている。視野や見え方を自分で簡単にチェックできるもので、緑内障の早期発見への貢献が期待されますが、販路開拓に苦戦していました。医療機器ではなく一般向けの民生機器でこれまで類例のない製品のため、どのように広報すればいいかわからない状況でした。



### 対策 PLAN

改善すべき点をプロ目線でチェック！

#### STEP 2 プロのチェックポイント

#### ターゲットは誰か？

目の機能が重要な運送業界には、以前からDM等でアプローチ済み。しかし、その他の潜在的ニーズの掘り起こしや、よりの確なターゲット設定には未着手でした。

#### 作戦1 地域住民の日常に食い込め！

緑内障は自覚症状がないまま進行するため、眼科にかかる前の潜在患者にいかにアプローチできるかがカギ。ターゲット設定は地域住民が日常的に利用する調剤薬局、メガネ店、健康増進施設などが的確です。中でも薬局チェーンは、他店との差別化や眼科医院とのつながりの面で導入のメリットがあり、マーケット規模も大きいので優先的に。

#### 作戦2 メディア戦略×スポット攻略

メディアを活用する広報戦略として、メディア向けセミナーの開催、眼科や調剤薬局業界の専門情報誌等への記事体広告掲載。製品の特長や有用性を実際に目で見て確かめてもらう機会の創出として、健康関連の大規模展示会へのブース出展、調剤薬局への直接アプローチ。様々な広報先、アプローチ先の検討を重ねました。

### 成果 GOAL



#### STEP 3 調剤薬局チェーンと商談が実現。さらなる戦略の実施も視野に。

中島プロの人脈を生かし、複数の調剤薬局チェーンと直接の商談が実現し交渉に入っています。「Wellness Tokyo2024」「健康博覧会 2025」といった大規模展示会にも出展。またメディア向けセミナー開催、眼科・薬局業界の専門情報誌等への記事体広告掲載の道筋もつき、今後論文内容の公開時期に合わせてメディア戦略を打っていく予定。





## 適切なターゲット設定で 越境 EC 開設

### 株式会社ラプラス

仙台市青葉区中央1-3-1 AER24F  
TEL.022-714-8255

製造工場向け機械工具専門商社。東北を中心とする製造業向けに、国内各メーカーの多様な生産財を販売する。



取締役 総務部 部長  
吉田 道弘さん



- DX 事業部 … 杉山 大祐さん
- ECグループ … 小林 敬弘さん

担当プロ人材



JUTOU株式会社代表  
辻 雄多郎さん

大手コンサルファームでの中国駐在経験を持ち、国内・海外向け EC、WEB マーケティングに精通。  
独立後、中国をはじめとする海外市場向けのインバウンド・越境 EC・現地展開を専門に、幅広い業種・規模のクライアントを支援。調査分析、戦略策定から実行支援までを一気通貫でサポートできるプロ人材。

### 課題 Mission

詳しいインタビューはこちら

STEP 1

### 越境 EC に参入する ノウハウがない

長年、東北圏内で BtoB 事業を行っていましたが、約 15 年前からオンライン販売を開始し BtoC にも販路を拡大しています。さらに越境 EC 事業への挑戦を考えているものの、ノウハウがなくどう始めていいかわからない状態でした。



### 対策 PLAN

改善すべき点を  
プロ目線で  
チェック!



STEP 2

### プロの チェックポイント



作戦

### 市場調査に基づき ターゲットと商材を設定

#### どの国に何を売るか

東南アジア・台湾エリアで最大規模の「Shopee (ショッピング)」に出店することは決めていたが、**どの国に何を売るか**という戦略が立っていない。

候補とする国の市場規模と競合状況、日本ブランドの浸透度合いなどを調査した結果を検討し、**フィリピンに決定**しました。商材については、Shopee 内の機械工具の市場規模や流通金額、最近の動向などをリサーチしてセレクト。フィリピンは製造業の伸びが大きいため、**ラプラスの品揃えの多さは優位性が高い**と考えられます。

STEP 3

### 東南アジア・台湾最大規模の Shopeeに出店!

希望したモール内で、**出店国を決めて出店を実現**。ニーズに合わせてサイトを最適化していくことで、売上アップを目指します。並行してランディングページ制作や、その他の国の市場調査も実施しており、今後新たな国および EC モールへの進出の可能性も広がりました。



### 成果 GOAL



## 本事業について

仙台市では、自社の経営資源だけでは経営課題の解決が難しい市内中小企業に対して、課題解決のノウハウやスキルを持つ外部のプロフェッショナル人材※をマッチングし、一定期間、プロ人材とともに課題解決の支援を行う「プロフェッショナル人材活用による中小企業の課題解決支援事業」を実施しています。

※プロフェッショナル人材（プロ人材）とは

本事業では、経営者を支える右腕的存在として、企業経営や新規事業企画、生産性向上等について豊富な経験を持ち、企業の成長戦略を具体化できる優れたビジネススキルを持つ人材のことを指します。

過去の支援事例や  
募集情報は QR コードよりご確認ください。



## 本事業のメリット

1

企業の課題の本質を特定し、企業・プロ人材の相性も確認した上で、課題解決に適切なプロ人材をマッチングします。



2

プロ人材とのマッチングや課題解決の取組における実働中の手数料・交通費等を仙台市が負担します（上限 150 万円）。



3

プロ人材の支援が終わった後も企業が自走できるように、ノウハウの内製化も支援します。

