

協働日本

K Y O D O N I P P O N

# 会社概要

会社名 株式会社協働日本

設立月 2020年2月

人員数 220名（協働プロ・IPPOコーチ等）

事業内容 ①地域企業へのチーム伴走による経営支援、事業支援  
②企業向け人材開発、キャリアコーチング

## 取引実績

- ・ 地域企業、スタートアップ、学術機関等 **300社**以上の支援実績
- ・ 全国の地方自治体との豊富な協働実績 累計 **35事業**以上の受託実績

### <地方自治体 事業受託実績一例>

鹿児島県「新産業創出ネットワーク事業」等複数事業受託（R4～8年度）

石川県「副業・兼業人材活用支援事業」等受託（R4～8年度）

奈良県「中小企業デジタル化等支援業務」等受託（R7～8年度）

沼津市、富士市、別府市等 複数の基礎自治体事業受託（R5～8年度）

## 地域企業の挑戦に、本気で伴走していく



# 在籍する協働プロフェッショナルたち

## ○協働プロとは

- ・ **200名超**が在籍
- ・ スタートアップのCxOや大企業の事業開発部長等、**第一線で活躍する経営人材、実業家**
- ・ 個人だけでなく、**チームで成果を出す協働経験が豊富**

### 🏠 マーケティング、ブランディング、販売促進



**若山 幹晴**  
Masaharu Wakayama

ポケットーク(株)取締役CMO  
(株)ワカバル 代表取締役  
(株)協働日本CMO

専門 マーケティング、ブランディング、  
PR、人材育成



**向縄 一太**  
Ichita Sakinawa

花王(株)  
シニアマーケター

専門 事業戦略、マーケティング戦略、  
商品開発、市場調査(消費者インサイト発掘)  
資格:日本マーケティング協会認定、  
マーケティング・マスター



**笛田 健人**  
Kenzo Fueta

(株)EXEDEN CEO  
(株)LeanGo COO

専門 事業戦略、マーケティング戦略、  
経営企画、開発ディレクション



**柁木 優希**  
Yuki Hazaki

フリーランスマーケター

専門 事業戦略、ブランド戦略、  
マーケティング戦略、商品開発戦略



**横町 暢洋**  
Mitsuhiro Yokomachi

大手電機メーカー  
シニアマネージャー

専門 ITを活用した業務改善・効率化、  
ソフトウェア開発、  
サービス事業開発・運営

### 🏢 事業開発



**藤村 昌平**  
Shohai Fujimura

ライオン(株)  
ビジネスインキュベーション部長  
(株)協働日本CSO

専門 新規事業開発、  
新規事業開発組織設計と運営、  
新規事業創出プログラム設計と運営  
新規事業担当者育成



**小谷 克秀**  
Katsuhide Kotani

(株)レアジョブ  
プロゴスマーケティング営業部長

専門 新規事業開発、事業運営、  
事業企画、営業企画、  
新規事業担当者育成

### 👥 人と組織のマネジメント



**大西 剣之介**  
Kenosuka Onishi

パリエンスホールディングス(株)  
人事部長  
(株)協働日本CHRO

専門 人事制度設計・改革、人材開発、  
組織開発、コーチング



**岸本 雅樹**  
Masaki Kishimoto

ヤフー(株)コーポレートグループ  
ピープルデベロップメント基基本部  
ビジネスパートナーPD本部 本部長

専門 人事制度設計、人材開発、  
組織開発



**芹沢 亜衣子**  
Aiko Serizawa

PwC Japan合同会社  
人事部マネージャー

専門 人事制度設計、人材開発、  
組織開発、I&D推進

## ■ 伴走支援事例

### 有限会社海連

### 「さつまいも加工製品の海外販路拡大」

海外展開は米国のカフェ 1 店舗への輸出に留まり、他国への進出は未経験で海外事業戦略は未策定であった。海外事業特化チームとの協働において、現地市場調査等を経て 4 地域展開の戦略を策定。ターゲットとなる商社との商談や展示会を経て、想定した「抹茶」との相乗り戦略を具現化。既存ルートを活用した販路開拓に成功し、まずは欧州への輸出を実現した。

#### 成果

4 市場への海外事業戦略を策定。抹茶の販路を活かした欧州進出に成功し、**紫芋パウダーのフランスへの輸出(200kg) が決定(商社経由の想定輸出量は30t)。**展示会戦略も奏功し、大手小売店との商談も前進中



### 株式会社岩崎木材工芸

### 「屋久杉を活用した新商品開発」

屋久杉製品は顧客ニーズの変化により赤字が常態化。既存のターゲット顧客ではなく、富裕層 (B2C) および法人 (B2B) を対象にしたデザイン性の高い新商品開発とリブランディングを実施。既存の売切モデルから「什器活用」「レンタル」の新たな販売戦略が奏功し、支援期間中に複数の受注を確定。屋久杉製品の新たな市場創出とブランド価値向上に向けた一手となる。

#### 成果

屋久杉製品の高付加価値化とリブランディング、新たな販売戦略 (什器活用・レンタルモデル) を確立。戦略が奏功し、**什器として屋久杉板約20枚の受注や、展示会で大型製品の受注確定などの成果を創出**



## ■ 伴走支援事例

### 株式会社寺師

### 「常温の新商品開発と販路開拓」



既存の精肉商品に加えて、高付加価値の「常温ギフト商品」の開発に挑戦。幅広いカテゴリでのターゲット分析と商品試作を繰り返し、5カテゴリー25商品の試作および事業性を高速サイクルで検証。OEM先の選定を行い、常温商品2商品の製造販売可能状態に到達。空港での販路も確保。

#### 成果

**高付加価値の常温ギフト向け商品2商品が販売可能状態まで到達。鹿児島空港への商談により販路確保。**  
クラウドファンディングや焼酎メーカーとのコラボ等マーケティング戦略を策定。春以降に販売開始



### 株式会社下園薩男商店

### 「美容・健康市場に向けた新商品開発」



既存事業であるイワシの丸干しの市場縮小、ウルメイワシの漁獲量減等の構造的な課題を抱えており、今後漁獲量が増えるマイワシを活用した新商品開発に取り組む。マイワシの加工検証とターゲット顧客の特定を行った上で、市場戦略およびマーケティング戦略を策定。テストマーケティングを繰り返し、美容・健康に意識が高い層に向けたブランディングを確立する。

#### 成果

**美容・健康に意識が高い層をターゲットとするマイワシ使用の新商品「anchobit」を開発。同社には新市場ながら、味、コンセプトに対して、テスト販売で好反応を得る。製品改良の上、今後本格販売を開始**

