

X JOB(かけるジョブ)

クライアント企業の技術力と大手企業人材の商品企画力を掛け算する、
チームで取り組む新たな副業のカタチ（商品企画伴走支援）



堀内 裕樹 (ほりうち ひろき)

事業企画・マーケティング

- 2014年 **トヨタ自動車 営業企画部・マーケティング部**
 - 国内車種の需給業務と営業企画・販売戦略を担当
- 2019年 **トヨタ自動車 マーケティング部**
 - カローラををはじめとした主要モデルのモデルチェンジ業務 (CM/記者発表会/デジタル施策等) を担当
- 2021年 **ベイカレント・コンサルティング**
 - 新規事業PJを多数実施 (住宅メーカー、空調機器メーカー、エネルギー会社等)
 - 企画提案に留まらず、事業の立上げまで推進
- 2023年 **株式会社ROOKIE創業**
 - 大手企業からベンチャー・中小企業まで幅広く支援



山内 雅仁 (やまうち まさと)

商品企画

- 2014年 **トヨタ自動車 国内商品部**
 - 国内向けモデルの商品企画 (コンセプト企画～仕様企画～収支計画) を担当
 - 乗用車、商用車、富裕層向けショーファーカー等、幅広いモデルの企画に従事
- 2021年 **トヨタ自動車 グローバル商品部**
 - グローバル全体での中長期商品ラインナップを企画
- 2022年 **山内施設工業 (家業の建設会社)**
 - 家業の経営に参画 (簿記二級所持)
 - 中小企業が抱える人材・ノウハウ不足を目の当たりにし、大手企業人材との共創で解決できると気付く
- 2023年 **株式会社ROOKIE創業**
 - ベンチャー・中小企業を中心にご支援

1 ROOKIEの思い

人手が足りない日本は、 人材があふれるニッポンだ。

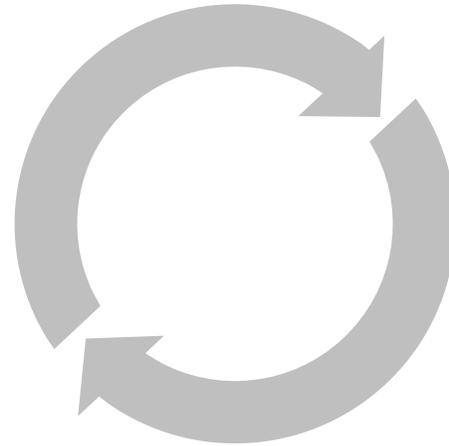
少子高齢化、人材不足…。「少ない」「足りない」というマイナス視点に立てば、この国の未来には悲観的なアイデアしか浮かばないかもしれません。

しかし、視点をポジティブに転じれば、日本という国は高度なスキルを持つ多様な人材の宝庫。スキルアップをめざし、視野をひろげ、さらなる成長を願う人であふれている。その人たちはいま、自己実現をかなえる機会を、ROOKIE（新人）のような気持ちで待っている。人手不足に悩むスタートアップやベンチャー企業は、そんな人が現れることを願っている。

もしもそこに、企業間の垣根を越えて人材をシェアする仕組みがあれば。人と企業の可能性を掛け算で最大化することができたら。私たちの目の前にあるのはリスクではなく、無限に広がるチャンスです。

あふれる人材を活用して、人材不足に悩む日本は、イノベーションを量産するニッポンになる。

X JOBが実現したい世界



大手企業人材が企業間の垣根を越えて自由に交流することで、それぞれの可能性を掛け算的に最大化し、新たな商品・サービスを創出

貴社の社員はいくつ答えられますか？

- 自社商品の**市場規模(円)**、**シェア(%)**は？
- 競合製品**は何か？その**価格**は？
- 半年以内に、**顧客と会ったか**？
- ターゲットユーザー**はどんな人？**実際の購買層**は？
- 自社商品の**USP (ユニークセールスポイント)**は？
- 自社商品の**利益率**は？**限界利益**は？
- なぜその価格を付けたのか、**値付けの考え方**は？
- 販売目標**は？今月の**計画比・計画差**は？

①市場分析

②顧客分析

③仕様・販価企画

④販売企画

2 サービス概要

X JOBの特徴

①大手企業のノウハウを集結

大手企業商品企画担当が集結。
机上の空論ではなく、実務で使える
内容を重視

②伴走型でPJを推進

一方的なアドバイスではなく、双方
資料を作成して打合せで議論。伴走
型でプロジェクトを推進

③取り組みやすい価格

メンバーが副業人材中心のため、
コンサルティング会社より安価
(3分の1以下)

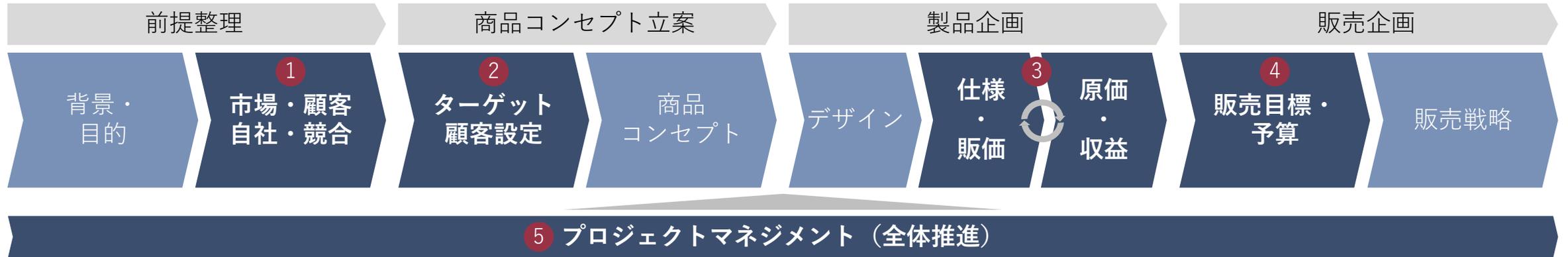


④貴社社員へのノウハウ蓄積

ROOKIEのノウハウを詰め込んだ「商品企画マニュアル」を
使用し、プロジェクトを推進。
貴社社員にノウハウが蓄積し、PJ終了以降も活用可能

取り組むテーマ

商品企画において、課題が多い4つの領域に共に取り組みます。
 加えて、企画業務全体の推進（他部署との折衝・上位者説明等）も共に伴走します



<p>1</p> <p>市場・顧客分析 自社・競合分析</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 市場規模調査 <ul style="list-style-type: none"> □ 実績調査 □ 将来見通しの作成 ■ 競合商品調査 <ul style="list-style-type: none"> □ 自社製品の強み・弱み把握 	<p>3</p> <p>仕様・販価企画 原価・収益企画</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 市場、顧客分析に基づいた適正な仕様企画 <ul style="list-style-type: none"> □ 顧客価値定義（Must, Want, Wow） □ トヨタ式はしごを用いた仕様・価格調整 ■ 事業成立性検証 （PL作成・収支シミュレーション）
<p>2</p> <p>ターゲット顧客 設定</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ ターゲットユーザー設定 ■ インタビュー設計、実施、分析 	<p>4</p> <p>販売目標・予算 企画</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 販売目標設定 ■ 販売予算策定

テーマ毎の実施内容・アウトプットイメージ

① 市場・競合分析（市場規模調査）

（実施内容） ※一部抜粋

- 対象市場の定義
- 市場規模の推移リサーチ
- 将来の見通し作成



（ポイント） ※一部抜粋

- 将来見通しは、データが無い場合が多いため、過去の推移および関連数値（例.人口動態等）を踏まえ、上振れ目線・中庸・リスク目線の3パターンで推定

【市場規模整理（実績・推定）】

市場区分	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
市場A	実績	実績	実績	実績	推定							
市場B	実績	実績	実績	実績	推定							
市場C	実績	実績	実績	実績	推定							

テーマ毎の実施内容・アウトプットイメージ

① 市場・競合分析（競合調査、強み・弱み分析）

（実施内容） ※一部抜粋

- カタログ・HP等、企業公開資料の調査
- 口コミサイト等の調査
- （必要に応じて）ミステリーショッパーの実施



（ポイント） ※一部抜粋

- 製品比較は、マーケティング戦略や営業セールストークに繋がるため、単に機能を比較するだけでなく、顧客目線での強み・弱み特定まで実施

【競合分析】

競合分析シート

STEP1: 競合製品の主な競合情報をサーチしましょう
STEP2: 主な競合を正確に特定し、各競合品の強み・弱みを把握しましょう

競合名	特徴	強み	弱み	ポイント
競合A	フルオーダー	○	△	
競合B	ネットスーパー: 200万円 ハイエンドモデル: 200万円	○	△	
競合C	価格・品質・送料 全品送料0円、全品送料0円、全品送料0円	○	△	ユーザーが体験しにくいポイント部分を改善し、SNSに投入
競合D	店内受取 店内受取1,000円、店内受取1,000円、店内受取1,000円	○	△	
競合E	ネット 全品送料0円、全品送料0円、全品送料0円	○	△	
競合F	価格 200~250円	○	△	
競合G	サービス 1年保証サービス	○	△	ユーザーが体験しにくいポイント部分を改善し、SNSに投入
競合H	ネット 200円送料サービス	○	△	
競合I	デザイン 200円送料	○	△	

テーマ毎の実施内容・アウトプットイメージ

② 顧客分析（ターゲット規定、顧客インタビュー）

（実施内容） ※一部抜粋

- デモグラ・価値観で重要となる項目を抽出
- 項目毎に、ターゲット像を規定（なぜそのような顧客像にしたのか、も併せて記載）

（ポイント） ※一部抜粋

- 顧客は何を重視してその商品を選ぶのか？製品検討に影響を及ぼす顧客属性・価値観は何か？を突き詰めて検討する（形式だけのペルソナ設定はしない）

【ターゲット規定】

A screenshot of a table titled 'Target Specification'. The table has a header row with a small image of a man and a woman. The table contains several rows of text, likely representing different customer segments or attributes, with columns for details and possibly a status or action column.

【インタビューシート】

A screenshot of an interview sheet table. The table is mostly empty, with a header row and several rows below. The content is mostly blank, suggesting it's a template for recording interview data.

テーマ毎の実施内容・アウトプットイメージ

3 仕様・原価/販価企画（顧客価値定義、仕様・価格調整）

（実施内容） ※一部抜粋

- ターゲットユーザー目線で、製品が備えるべき仕様を分類
- 分類に基づき、各仕様設定と価格付けを検討

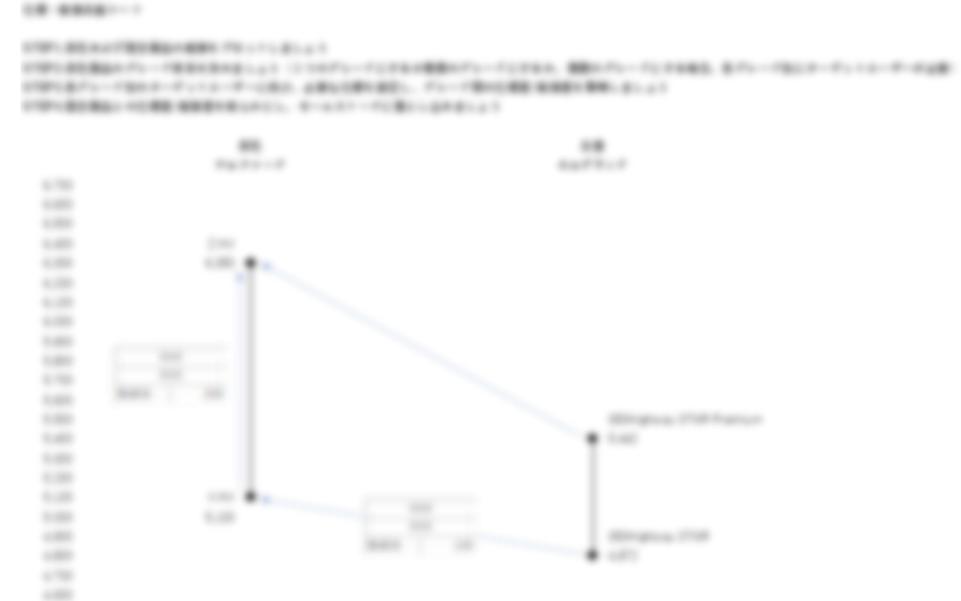
【顧客価値定義】



（ポイント） ※一部抜粋

- 顧客目線に立ち、必須で必要な仕様（Must）、あれば嬉しい仕様（Want）、驚きを与え積極的に選ぶ理由となる仕様（Wow）に分類

【仕様・価格調整】（トヨタ式はしご）



テーマ毎の実施内容・アウトプットイメージ

③ 仕様・原価/販価企画（事業成立性検証）

（実施内容） ※一部抜粋

- 仕様設定に基づき、必要なる品目とその原価を整理
- 研究開発費・設備投資費を整理し、通期販売計画台数を基に、台当たり費用を算出
- 事業PLに落とし込み、収支シミュレーション



（ポイント） ※一部抜粋

- 固定費と限界利益固定費を明確にし、計画段階で損益分岐台数を明確化

品目	単価	数量	原価	販価	利益
材料費					
加工費					
固定費					
変動費					
総費用					
総売上					
利益					

テーマ毎の実施内容・アウトプットイメージ

4 販売目標・予算企画

(実施内容) ※一部抜粋

- 収支シミュレーションに基づき、販売目標台数（年別・月別）を設定（その際の市場規模・シェアを明確化）
- 販売目標達成に向けて、必要な販売予算を策定



(ポイント) ※一部抜粋

- ストレッチしつつ、手の届く販売目標を設定
- マクロ（全体）の販売目標を、地域やチーム別に落とし込み、実現可能性を検証

【販売目標（KGI）・KPI管理】

販売目標管理シート

以下のシートに販売目標をベースに実績目標を設定しましょう

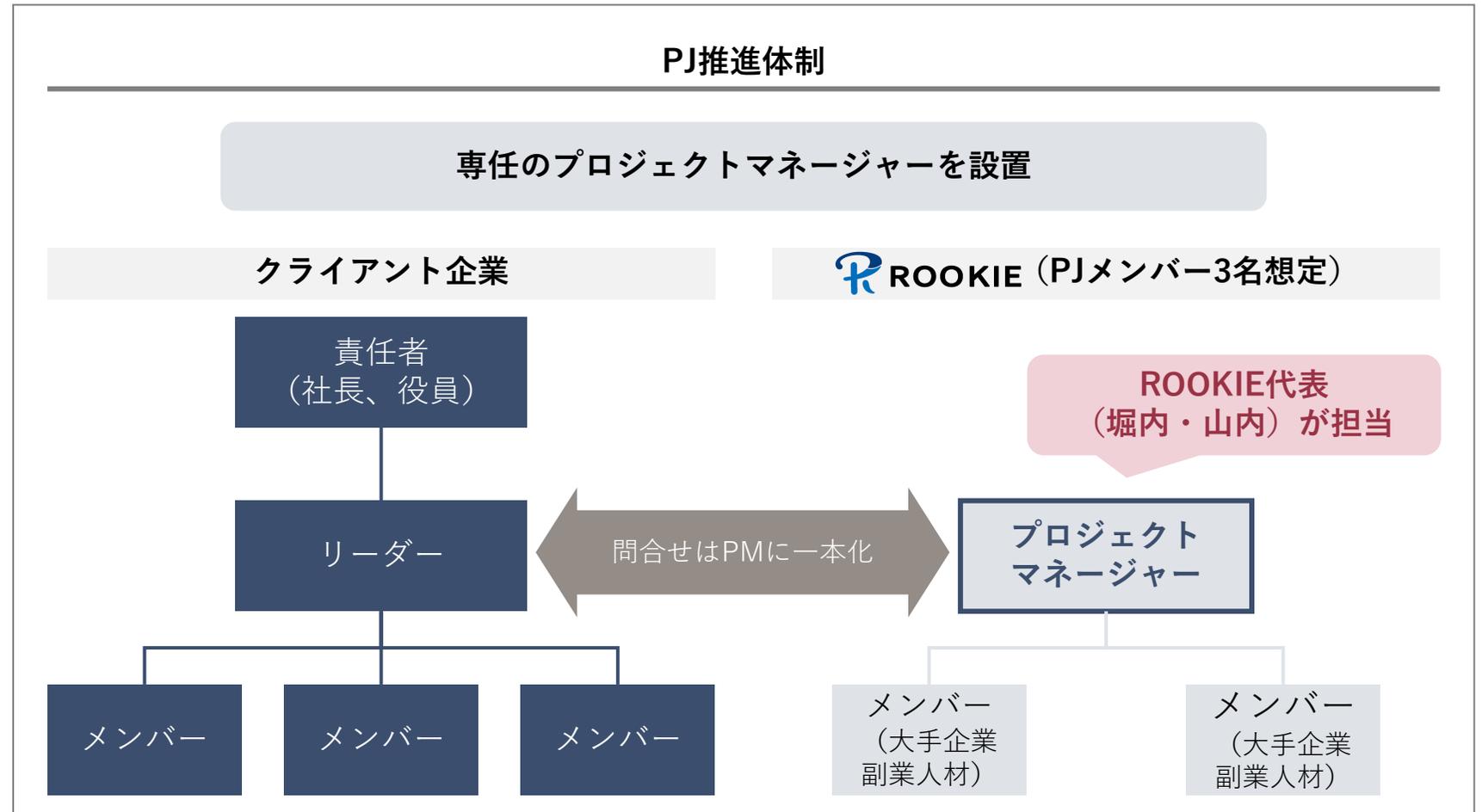
項目	単位	2024年		25		26		27		28		29	
		目標	実績										
売上総額	円	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000	112,000
売上総額	%	5%	40%+0	5%	40%+0	5%	40%+0	5%	40%+0	5%	40%+0	5%	40%+0
営業利益	円	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000	36,000
営業利益	%	32%	40%+0	32%	40%+0	32%	40%+0	32%	40%+0	32%	40%+0	32%	40%+0
経常利益	円	11,200	11,200	11,200	11,200	11,200	11,200	11,200	11,200	11,200	11,200	11,200	11,200
経常利益	%	10%	40%+0	10%	40%+0	10%	40%+0	10%	40%+0	10%	40%+0	10%	40%+0
営業費用	円	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000	8,000
営業費用	%	7%	40%+0	7%	40%+0	7%	40%+0	7%	40%+0	7%	40%+0	7%	40%+0
営業利益	円	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000
営業利益	%	2%	40%+0	2%	40%+0	2%	40%+0	2%	40%+0	2%	40%+0	2%	40%+0
合計	円	1,000,000	1,000,000	1,200,000	1,200,000	1,400,000	1,400,000	1,600,000	1,600,000	1,800,000	1,800,000	2,000,000	2,000,000

チーム型副業の推進体制（対クライアント企業）

プロジェクトマネージャーを設置し、副業メンバーをマネジメントします

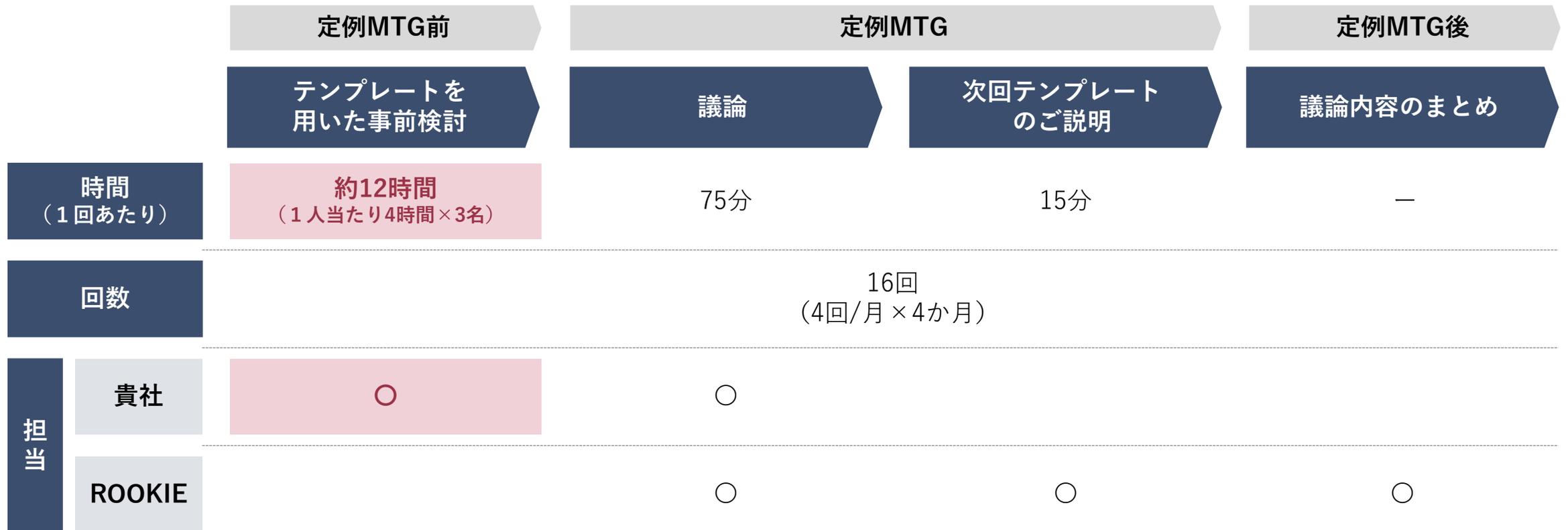
副業人材活用のよくある悩み

- 誰に、何を依頼すればよいのか、迷ってしまう
- 副業人材に連絡をしても、本業があるため、すぐに返信を貰えない（タイムリーな情報連携が出来ない）



プロジェクトの進め方（基本案）

貴社の商品企画業務について、社員の皆様にも実際に手を動かして検討いただきます。
 議論結果は、ROOKIEがまとめ、資料化いたします



プロジェクトスケジュール（基本形）

4つのテーマを4か月で実施します。ただし、貴社の作業ペースに合わせ、スケジュールは柔軟に対応します

検討項目	実施事項①	実施事項②	N月				N+1月				N+2月				N+3月			
			1W	2W	3W	4W	1W	2W	3W	4W	1W	2W	3W	4W	1W	2W	3W	4W
PJT進行・管理	定例会議	—	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
1 市場・競合分析	市場分析	実績調査		▶														
		将来見通しの作成			▶													
		競合商品調査・分析				▶												
2 顧客分析	ターゲットユーザー設定							▶										
	インタビュー	インタビュー設計							▶									
		インタビュー実施・分析								▶								
3 仕様・原価/販価企画	仕様企画	顧客価値定義（Must, Want, Wow）									▶							
		トヨタ式はしごを用いた仕様調整											▶					
	事業成立性検証	事業PL作成														▶		
収支シミュレーション															▶			
4 販売目標・予算企画	販売目標設定																▶	
	販売予算策定																	▶

商品企画
講座
(Kick-off)

価格

		フルサポートプラン	課題特化プラン
価格（税抜）		240万円	80万円
期間		4ヶ月	1.5ヶ月
チーム体制		PM + 副業人材	PM + 副業人材
関わり方		<ul style="list-style-type: none"> 週1回の定例mtg PJに関わる作業（調査・ヒアリング・資料作成等） 社内報告会資料の作成支援・同席 	<ul style="list-style-type: none"> 週1回の定例mtg PJに関わる作業（調査・ヒアリング・資料作成等）
PJ 内容	1 市場・顧客分析 自社・競合分析	○	いずれか1領域のみ
	2 ターゲット顧客 設定	○	
	3 仕様・販価企画 原価・収益企画	○	
	4 販売目標 予算企画	○	
		+	+
研修	商品企画講座（2H）	○	○

3 取り組み事例

取り組み事例① 電動モビリティメーカー様

プロジェクト：電動バイクの企画・販売企画

プロジェクト概要

企業概要

- ・ 事業内容：e-モビリティの企画・販売
- ・ 従業員数：約20名

主な実施内容

- ・ 市場・顧客分析
- ・ 製品企画・販売計画の立案
- ・ 資金計画の作成・資金調達支援

課題・要望

- ・ 製品開発技術はあるものの、具体的な販売計画に基づく、収支管理があいまいになっている
- ・ 社長の直下で経営状況を把握しながら、製品開発プロジェクトを推進して欲しい

支援メンバー

- ・ 大手自動車メーカー 30代男性
 - 商品企画・販売店経営企画・広報経験
- ・ 大手自動車メーカー 30代男性
 - 商品企画・海外事業企画経験

実績・アウトプット例

【各国の市場・シェア】



【競合製品】

製品名	特徴	価格帯	販売地域	競合製品A	競合製品B	競合製品C	競合製品D	競合製品E	競合製品F	競合製品G	競合製品H	競合製品I	競合製品J
製品1	軽便型	10万円	全国	製品A	製品B	製品C	製品D	製品E	製品F	製品G	製品H	製品I	製品J
製品2	高性能型	15万円	全国	製品A	製品B	製品C	製品D	製品E	製品F	製品G	製品H	製品I	製品J
製品3	都市型	8万円	都市圏	製品A	製品B	製品C	製品D	製品E	製品F	製品G	製品H	製品I	製品J

【収支計画】



取り組み事例② 広告代理店・映像制作会社様

プロジェクト：電動バイクの企画・販売企画

プロジェクト概要

企業概要

- ・ 事業内容：映像制作、マーケティング施策（HP等）
- ・ 従業員数：約30名（業務委託含む）

主な実施内容

- ・ イベント企画・コンテンツ制作
- ・ HP企画・映像制作

課題・要望

- ・ 映像制作業務は、関係者が多くスケジュールも流動的なため、正しい収支管理が出来ていない
- ・ 映像制作スキルを起点に、展示会やHP制作等、事業領域を拡大したい

支援メンバー

- ・ 大手自動車メーカー 30代男性
 ▶ 商品企画・販売店経営企画・広報経験
- ・ 大手自動車メーカー 30代男性
 ▶ 商品企画・海外事業企画経験

実績・アウトプット例

【イベント企画】



【HP・映像企画】



取り組み事例③ モリンガプロテイン「MORISOY」

クライアント名：モリンガ研究所、ワダツミ農園

所在地：モリンガ研究所（福岡県久留米市田主丸）、ワダツミ農園（鹿児島県鹿屋市）



企業概要

企業概要

- 事業概要：スーパーフード「モリンガ」の生産・販売

ミッション・思い

- スーパーフード“モリンガ”の高い栄養価と環境性を活かし、モリンガで人々と地球を健康にしたい。そして地域社会を盛り上げたい

課題・要望

- 生産方法にこだわり、無農薬で丁寧に“モリンガ”を生産するものの、**日本での認知度の低さから、販売拡大に苦戦**
- 生産以外の知見が少なく、**販売拡大に向けた新たな取り組みが困難**

取り組み概要

テーマ

- モリンガを活用した**新商品の企画**
- 新商品の**開発・生産体制構築**
- マーケティング・販売戦略の立案・実行**

支援人材 (副業人材)

- 大手食品メーカー 30代男性**
 - 営業・営業企画経験
- 大手化粧品メーカー 30代女性**
 - マーケティング・プロモーション企画経験
- 大手製造メーカー 30代男性**
 - 事業・商品企画経験

主な実績

- モリンガプロテイン「MORISOY」の企画・販売**



高山所長・鳥越代表

ROOKIEの支援で、**モリンガを使用した新商品を作り、販売開始までたどり着くことが出来た**。今後も、共にMORISOYの販売を広げていきたい

取り組み事例③ モリンガプロテイン「MORISOY」

ニュースリリース

人と地球の健康をつくるモリンガプロテイン「MORISOY(モリソイ)」発売のお知らせ

～地方農産と都市部の副産人材がコラボレーション～

株式会社ROOKIE 2023年12月25日 13時50分



場内指物)は、スーパーイ)を2023年12月25日
 食生活を変えたいという地
 想いが結びつき誕生しま
 久留米市)、ワタツミ農
 に取り組んできました。
 産農人材が支援に入り、

MORISOY(モリソイ)は、スーパーフード「モリンガ」を配合したソイプロテインです。1食あたりに九州産モリンガを約2g使用。不足しがちな栄養素とたんぱく質を同時に摂取できます。また、1食分を個別包装しているため、計量不要かつオフィスやお出かけ先にも持ち運びやすいです。さらに、忙しい朝でも手軽に飲むことができるよう、溶けやすさを追求いたしました。

本商品は、日本で最初にブレンド茶を製造・販売した、お茶加工のバイオニア「精茶百年本舗」と共同開発。モリンガの旨みを焙煎により引き立たせながら、素材の良さを活かした「抹茶味」「ほうじ茶味」の2種類を用意。人工甘味料、着色料、保存料を使用せず、毎日飲めるすっきりとした味わいに仕上げました。また、「精茶百年本舗」は国際食品安全認証規格FSSC 22000を取得しており、高い品質を実現しております。



て、人々の健康と地球の健康をつくり、そして地域振興にも貢献してまいります。

商品情報



MORISOY 2023年12月25日(月) 発売

【MORISOY 抹茶味】1箱 (15袋入)
4,074円 (税込 4,400円)

【MORISOY ほうじ茶味】1箱 (15袋入)
4,074円 (税込 4,400円)

【MORISOY スターターパック】1箱 (6

EC

忙しいあなたの朝も
お手軽 栄養補給

毎日忙しく働くすべての方の
食生活をサポートする
オールインワンプロテインです。

POINT 1
栄養価の高い、
国産モリンガ配合。

POINT 2
健康をサポートする
ソイプロテイン

POINT 3
シェイカー不要、
コップで飲める手軽さ。

POINT 4
添加物フリーだから、
安心して飲める。

SNS

moringa.project

11:15

11:14

12/25 発売決定

モリンガの木 販売目前

メンバー集結

飲んでみた

その名もモリンガ

ヤギと校長先生と

緑の革命！?

よくあるご質問

4

よくあるご質問

その他ご不明点がございましたら、お気軽にお問い合わせください

Q どういう契約形態ですか？

A まず、企業様とROOKIEにて「業務委託契約」を締結します。
その上で、ROOKIEから副業人材へ一部業務を「再委託」する形となります。

Q 現地に来てもらい、対面で話すことは可能ですか？

A もちろん可能です。特に、キックオフmtgは対面実施を推奨しています。その後も、適宜対面で打合せを実施させていただきます。

Q 企業側で必要な準備はありますか？

A 共に、商品企画プロジェクトを検討するメンバー選定をお願いします。実際にメンバーの方々に手を動かしていただきたいので、1人あたり最低4時間/週×3名の選定をお願いします。

Q お金はいつどのように支払いますか？

A 毎月、月末締め翌月末払いで弊社の指定口座へお振り込みをお願いします。

会社概要

社名	株式会社 ROOKIE	設立	2023年6月
本社	東京都新宿区西新宿3丁目3-13 西新宿水間ビル6階	事業内容	ビジネス系ハイスキル人材の副業プラットフォーム運営
HP	https://www.rookie-web.co.jp/	連絡先	info@rookie-web.co.jp



代表取締役
山内 雅仁 (やまうち まさと)

九州大学卒業後、2014年にトヨタ自動車株式会社に入社。
国内販売事業本部にて車種の商品企画、
海外部門にて、グローバルラインアップ企画を経験。

2022年に実家の建設会社に参画し、経理・営業・採用等
経営業務全般を経験。

2023年6月に株式会社ROOKIEを共同創業



代表取締役
堀内 裕樹 (ほりうち ひろき)

大阪大学卒業後、2014年にトヨタ自動車株式会社に入社。
国内販売事業本部にて、営業企画・マーケティングを経験。

2021年に、ベイカレント・コンサルティングに転職し、
主に新規事業企画、推進系プロジェクトに従事し、
大企業から中堅企業まで多数の企業を支援。

2023年6月に株式会社ROOKIEを共同創業



料金体系やサービス詳細について、
ぜひお問い合わせください

info@rookie-web.co.jp
03-6825-0476