

# 新しい 人材活用 プロシエリング

## 外部プロ人材 活用成功事例



(株)サーキュレーション  
代表取締役 福田 悠

### No.56 上場に合わせ、ブランディング戦略を策定・実行

プロシエリングとは、高い職能を持って複数企業で同時に活躍するプロフェッショナルを、経営課題に合わせて「雇用」ではなく「活用」という、新しい人材活用の手法です。2014年の設立以来、サーキュレーションには27,000名以上のプロが登録し、19,000件以上のプロジェクトで実績を上げてきました（2024年10月末時点）。プロジェクトは経営要素の強い案件が多く、新規事業の企画推進や、人事・広報等のミドルオフィス支援、さらにはIPO関連から中期経営計画の策定、CFOのシェアなども実行しています。

#### 持続的成長のため 上場を目指す

今回は、Cross Eホールディングス株式会社様（以下、同社）が、プロ人材とコーポレートブランディングの強化プロジェクトに取り組んだ結果、上場に合わせたタイミングでメッセージ策定に成功し、メディアへの露出にもつながったプロシエリング活用事例をご紹介します。

同社は、主要事業会社であるハウステンボス・技術センター株式

会社が設立29年目を迎え、スピード感を持って事業領域を拡大するために設立されました。社会変化が急激に進む環境下、将来的にグループ一丸となって持続的に成長していく狙いがありました。従業員100名以上（連結）の企業で、経営理念に「Change & Challengeの精神でSDGsに沿って行動、成長する」を掲げ、建築・設備工事、機械設置工事を行うグループの経営管理と付帯業務などを行っています。

#### 課題 上場準備のタイミングで 広報戦略を策定する必要

当時同社は、技術系人材の採用強化、長崎県全体の経済活性化、北部九州企業のM&Aなどを目的に上場を検討していました。上場のタイミングで、それぞれのステークホルダーに対して適切な情報の開示・メッセージの発信をするため早急に広報戦略を固める必要がありました。しかし、社内には広報の専任者がおらず、外に対してどのように情報を打ち出し、何を発信すべきかのロードマップやチャネルについての知見が不足していました。そのような状況で、必要な時に専門性の高い人材を雇用せず活用できる「プロシエリング」に出会いました。

#### 解決策 社内アセットを整理し、 メディアプロモート推進

サーキュレーションからはプロ人材のご紹介とともに「コーポレートブランディングの強化」という解決策をご提案しました。

今回ご推薦したプロ人材の岡山史興氏は、学生時代からNPOの立ち上げや、愛・地球博にて市民プロジェクトリーダーを務めるなど、一貫して社会課題と生活者をつなぐコミュニケーション領域で活動。その後、新卒にて戦略PRコンサルティング会社に入社し、名古屋の町工場から生まれたテーブルウェアブランドのPRを初期から担当し、広告費ゼロで戦略を立案、実行し、大ヒットを生んだご経験があります。現在は独立し、トゥ(株)の代表取締役／ウェブメディア「70Seeds」の編集長を務めています。これまで新規事業の立ち上げやアプリ開発など様々な領域を横断し幅広くマーケティング活動に携わった背景から、情報発信に特化した支援ではなく、経営戦略から全体最適を考えたブランディング戦略やPR・広報戦略を描けることが強みのプロ人材です。ニュースアプリを運営するスタートアップの上場に向けたコーポレートコミュニケーション支援など、

### ■福田 悠

中央大学理工学部を卒業後、インテリジェンス(現パーソルキャリア)へ入社。製造業を中心とした約600社の人材採用を支援。大手法人顧客専門部門を経て、同社初となる社内ベンチャーの立ち上げに携わる。2014年、サーキュレーションの創業に参画。中小企業や製造業大手顧客を担当しながら、地方金融機関とのアライアンス、地方7拠点の設立を主導。2023年4月より代表取締役社長に就任。

### ■株式会社サーキュレーション

本社：東京都渋谷区神宮前 3-21-5 サーキュレーションビル ForPro  
TEL：03-6256-0467 URL：https://circu.co.jp/



左：サーキュレーション コンサルタント 浜崎 嶺生  
中央：プロ人材 岡山 史興氏  
右：Cross E ホールディングス株式会社 常務取締役 鶴田 修一氏

業界や事業規模にかかわらず100社以上の支援実績をお持ちです。

#### ●現状分析・言語化

まずは、打ち出すストーリーを固めるために、同社の強みや現在のアセットの棚卸しから始めました。そして、それぞれを分類・分析し、ステークホルダーを整理しました。加えて、社会時流の分析を行うことで、具体的な打ち出し方の戦略策定に向けた準備を整えました。

#### ●PR戦略の策定

分析結果をもとに、各ステークホルダーに向けたメッセージの策定を目的としたワークを実施。ステークホルダーとチャネルの組み合わせを考慮したPR戦術を策定しました。

#### ●広報対応

策定したメッセージと戦略に基づき、上場前後のメディアプロモート計画を立案。また上場会見の際に打ち出すメッセージの策定を行いました。加えて、コーポレートタグラインや各種クリエイティ

ブコピーの制作を進めました。

#### ●担当者引き継ぎ

プロジェクト発足に伴い着任した広報担当者の活動をサポートし、必要に応じて壁打ち役としても対応しました。

#### 成果

**コーポレートブランディングを確立し、上場に成功**

同社はプロシエリングの活用により、コーポレートブランディングの強化に着手し、自社の価値整理、提供価値ストーリーのコア設計、ステークホルダーの洗い出し・重み付けなど、これまで社内になかった広報の知見を得ることができました。その結果、上記を掛け合わせた統一コンセプトの設計や、メディアやステークホルダーへのコミュニケーションメッセージを策定し、上場に合わせて想定していたメディアプロモーションが可能になりました。具体的には以下の3つの成果を実感されています。

①上場時の時流に合わせたコアメ

#### 成功事例

- No.51 工場ラインの自動化で生産性向上と人員最適化に成功
- No.52 新規事業における顧客インタビューの実施・内製化に成功
- No.53 SNS担当チームのスキルが向上、フォロワー数も増加
- No.54 数字ベースの営業マインドへ転換、前年比330%の売上達成
- No.55 DX戦略の全社認識を統一ブランドデザイン策定に成功
- No.56 上場に合わせ、ブランディング戦略を策定・実行

ッセージの策定に成功

- ②コアメッセージに基づくステークホルダードミノの形成、ロードマップの作成
- ③上場時の記者会見等にて、自社の発信した内容に合わせたメディアプロモーションに成功

#### プロシエリング×ブランディング強化プロジェクトでの支援ポイント

自社の成長基盤を創るために、自社内で推進できる人材の確保に向けて社内異動や兼務、採用活動を強化する方法がある一方で、実際に各分野での支援実績が豊富な人材に伴走してもらうことも非常に効果的だと感じられる事例です。また、社内メンバーの人脈以外でプロ人材を探す手段として、業務委託での支援を通じてアドバイザーになってもらう方法があります。雇用する場合と比較してミスマッチなどのリスクを低減ができる点も有効な手段となりえます。

ステークホルダーに合わせたコーポレートメッセージの策定やブランディング戦略の策定に加えてメディア対応の知見も豊富な人材というのは、実際に採用するとなると非常に希少価値が高く、給与も高い傾向にあります。そのような人材を採用したいという要望があった場合はプロシエリングの活用を検討・提案してみたいかがでしょうか。