

新しい 人材活用 プロシエアリング

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.66 従業員全員の想いがこもった企業理念が完成

プロシエアリングとは、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31,000名以上のプロが登録し、22,000件以上のプロジェクトで実績を上げてきました（2025年7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。

創業60周年を機に リブランディングに挑む

今回は、司建設株式会社様（以下、同社）が、プロ人材と創業60周

年に向けたリブランディングプロジェクトに取り組んだ結果、従業員全員の想いがこもった企業理念を完成させた際のプロシエアリング活用事例をご紹介します。

同社は昭和40年に設立された神奈川県小田原市に本社を構える企業で、土木工事業、解体工事業、舗装工事業などのインフラ整備を手がけてきた総合建設企業です。

課題 企業理念の策定は 何からやればいい？

同社は、2025年に創業60周年を迎えるにあたり、企業理念をもう一度見直し、現在の企業風土に合わせて「守るべきところ」と「変えるべきところ」を整理したいと考えていました。また、今後の企業成長を見据えて、より新たにチャレンジする社風を醸成したいという目標もありました。しかし、

企業風土を整理し、新たな取り組みを設定するにはどうすればいいの、社内に知見がなく、具体的なアクションを起こせない状態が続いていました。そのような状況下、必要な時に専門性の高い人材を雇用せず活用できる「プロシエアリング」に出会いました。

解決策 組織風土を言語化し リブランディングを展開

サーキュレーションからはプロ人材のご紹介とともに「60周年に向けたリブランディング」という解決策をご提案しました。

今回ご紹介したプロ人材の種田成昭氏は、同志社大学在学中に音楽プロダクションや地方創生事業を事業承継。その後、事業を譲渡し、アメリカ・ボストンに留学。資本主義の構造や組織成長の仕組みについて研究して帰国。NPO法人「葵プロジェクト」の専従職員として上賀茂神社に勤務するなど幅の広い経験を蓄積されています。株式会社Celmにて大手インフラ企業などへの人材開発コンサルティングに従事。起業家としても、株式会社Flucleを創業し、共同創業者に譲渡後は、新たに株式会社TANEDAを設立。現在は複数の大手企業やグループ企業の経営に参



司建設株式会社のみなさま

■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/

成功事例

- No.61 AIペットロボット「Moflin」の事業化に成功
- No.62 飲食店のバックオフィス業務効率化を実現
- No.63 シナジーを狙った新規不動産事業の立ち上げに成功
- No.64 ウェビナーによる顧客獲得チャネルの確立に成功
- No.65 採用強化プロジェクトの展開で応募者が 3 倍に
- No.66 従業員全員の想いがこもった企業理念が完成

画し、これまでに300社以上の組織開発や育成プロジェクトを手がけてきた実績豊富なプロ人材です。

●現状把握・課題整理

まずは、方向性を定めるために、プロジェクト発足時の企業の方向性の整理から開始しました。会社の将来についてのブランディングだけでなく、全体像を捉えながら組織風土を言語化するため、プロジェクトメンバー以外の従業員にもヒアリングも行っています。

●戦略策定

次に企業理念、行動指針の見直しと方向性のディスカッションをプロジェクトメンバー全体で行いました。そのなかで、企業ロゴデザイン、名刺デザイン、ユニホームやパンフレット作成も取り組みの課題となり、デザインやイメージのすり合わせを行っています。

●戦略の遂行

そして、定めた方向性に合わせて、企業ロゴデザインを数十に及ぶパターンで提示、名刺デザイン、ユニホーム作成、パンフレットをビジュアルデザインに落とし込みながら作成を進めました。

●社内向け発表のサポート

最後に、プロ人材は新しい企業理念を従業員に発表するにあたっての打ち出し方のアドバイスをしました。全社に説明するファシリテート役を担い、新しい企業理念の社内浸透のアドバイスも行っ



左：プロ人材 種田 成昭氏

右：サーキュレーション コンサルタント 矢嶋 優奈

ています。

成果

**全社員の想いのこもった
新しい理念とロゴが完成**

同社はプロシェアリングの活用により、60周年に向けたリブランディングに着手し、会社の方針を再定義し、従業員全員の想いのこもった企業理念、ロゴ、会社パンフレットの作成をすることができました。一連のプロジェクトを通じて同社は具体的に以下の3つの成果を実感されています。

- ①新たな企業理念「小田原に遺る（このる）時代（とき）を司（つかさど）る」の完成
- ②新たな企業ロゴと、60周年の記念企業ロゴの完成
- ③求職者向けの企業パンフレットの完成

プロシェアリング×リブランディング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アサイン、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できる点も有効な手段となりえます。

企業理念の策定や組織風土の言語化までできる人材というのは、実際に採用するとなると希少価値が高く、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ェアリングの活用を検討・提案してみてもいいかもしれません。