

【中小企業の採用を考える！】

採用時、「企業理念・価値観」を理解していた社員は、自社への愛着度が高い！？

当社代表、深澤 了が東広島商工会議所青年部主催セミナー

「無名×中小企業」でもほしい人材を獲得できる経営理念づくりの基本 に登壇

ブランド構築の理論を応用してコンサルティングとクリエイティブを行う、むすび株式会社（本社：東京都目黒区、代表：深澤 了）は、当社代表の深澤了が2019年8月20日（火）に開催される、東広島商工会議所青年部主催のセミナー『「無名×中小企業」でもほしい人材を獲得できる経営理念づくりの基本』に登壇いたします。

当イベントでは、数多くの企業や商品ブランディングを手がけ、1,000社以上の採用活動に携わってきた、クリエイティブ・ディレクター深澤がたどり着いた、採用とブランディングをかけ合わせた理論である、**採用ブランディング**の考え方お伝えしながら、採用ブランディングを行う上で重要な理念づくりの基本をお伝えします。また、これまで当社が実施してきた、「新人社員の企業理念・価値観に対する意識調査」や、「ビジネスパーソンの企業理念に関する意識調査」など、経営者や採用担当者にとって大変興味深い調査結果をご紹介します。

■ 概要

セミナー名：『「無名×中小企業」でもほしい人材を獲得できる経営理念づくりの基本』

日時：2019年8月20日（火） 18:00開場 18:40～20:20

場所：〒739-0047 広島県東広島市西条下見6丁目5-45 西条HAKUWAホテル

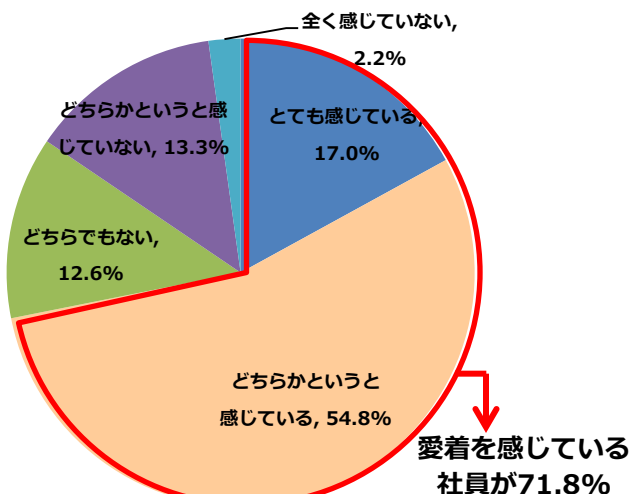
価格：無料

主催：東広島商工会議所青年部

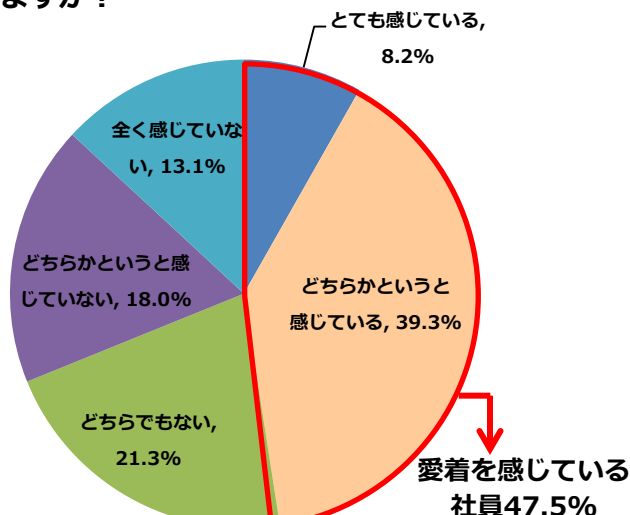


採用時、「企業理念・価値観」を理解していた社員は、自社への愛着度が高い！？

■ あなたは現在働いている会社に愛着を感じていますか？



採用時、会社の企業理念・価値観を理解していた社員 (n=135)



採用時、会社の企業理念・価値観を理解していなかった社員 (n=61)

採用時「企業理念・価値観」を理解していた社員の71.8%が会社に愛着を感じていると回答

採用時（入社前）に現在働いている会社の「企業理念・価値観」を理解していた方（135名）を対象に、現在働いている会社に愛着を感じるか聞いたところ「とても感じている（17.0%）」、「どちらかというと感じている（54.8%）」と合わせて71.8%の方が愛着を感じていることが分かりました。また一方で「企業理念・価値観」を理解していなかった方（61名）にも同様の質問をしてみると「とても感じている（8.2%）」、「どちらかというと感じている（39.3%）」合わせて47.5%の方が愛着を感じており、**比較すると会社に対する愛着度に20%以上の差があることが分かりました。**

■書籍のご紹介



『無名×中小企業』でもほしい人材を採用できる採用ブランディング

著者：深澤 了

定価：800円（税別）

B5判／モノクロ／本文250ページ

ISBN：ISBN978-4-344-99461-4

発売：株式会社幻冬舎

発売日：2018年1月16日（火）

Amazon： <https://goo.gl/MQzHTR>

【目次】

【第1章】9割の企業がやっている「間違いだらけ」の人材採用

【第2章】求める人材を効率的に獲得し、定着へ導く「採用ブランディング」とは？

【第3章】「自社の魅力」を引き出して応募者に共感してもらう秘訣

【第4章】費用対効果の高い「採用施策」立案・実行の極意

【第5章】「採用ブランディング」で優秀な社員を獲得し、持続発展を実現せよ



むすび株式会社

代表取締役 深澤 了

ブランディング・ディレクター／クリエイティブ・ディレクター／コピーライター

2002.3

早稲田大学商学部卒業（広告理論研究 亀井昭宏

2002.4

山梨日日新聞社・山梨放送グループ入社

広告代理店・株式会社アドブレン社 制作局配属

CMプランナー／コピーライターとしてテレビ・ラジオCMの企画・演出を中心に

2006.2

株式会社パラドックス・クリエイティブ（株式会社パラドックス）入社

2010.10

株式会社パラドックス・ブランディングの立ち上げに従事

2013.4

早稲田大学大学院 商学研究科 専門職学位課程ビジネス専攻 夜間主総合コース

2015.3

早稲田大学ビジネススクール 夜間主総合コース修了

2015.4

むすび株式会社設立 代表取締役就任

早稲田大学商学部卒業後、山梨日日新聞社・山梨放送グループに入社。広告代理店にてCMプランナー／コピーライターとして活躍した後、株式会社パラドックスへ入社。株式会社リクルート（現・株式会社リクルートホールディングス）と協業し、企業のブランド構築および採用活動への知見を深める。

2015年、ブランディングを企業経営のインフラにしたいとの思いから、むすび株式会社を設立。「採用ブランディング」という新たな手法を提唱。2015年には、企業のブランド力を可視化させる業界初のサービス「BRAND MOTHER RECRUTING」を開発。ブランディングの概念を地方創生にも活用し、同年クラウドファンディングなどを活用した町おこし体験プロジェクト「まちいく」（<http://www.machi-iku.com/>）を各地でスタートさせ、地域内外の方々を幅広く巻き込み、商品作りだけで終わらない持続可能なモデルを確立。

2016年にはブランディングに関するWEBメディア『BRAND THINKING』（<http://brandthinking.net/>）をオープン。FCC賞（福岡コピーライターズクラブ賞）、日本B to B広告賞 金賞／銀賞／銅賞、山梨広告賞 協会賞／優秀賞／優良賞を受賞。

【好きな書物・作家】

「Number（文藝春秋）」「キン肉マン（ゆでたまご）」「下町ロケット（池井戸潤）」「池袋ウエストゲートパーク（石田衣良）」

【最も影響を受けた人物】

亀井昭宏氏（マーケティング・コミュニケーション論／広告論 研究者／大学時代の恩師）

【座右の銘】

「人生無駄なものは何一つない」「高下在心」

<会社概要>

社名 むすび株式会社

代表者 代表取締役 深澤 了

所在地 〒153-0063 東京都目黒区目黒2-11-3 印刷工場2F_d

資本金 636万円

設立日 2015年4月6日

事業内容 企業・商品／サービス・採用市場におけるブランドの開発・育成

URL <http://www.musubi-inc.co.jp>

 **Musubi**
brand theory & creative

【本プレスリリースに関する報道関係者からのお問い合わせ先】

むすび株式会社 担当：横内

TEL：03-5437-0667 FAX：03-5437-0668 Email：info@musubi-inc.co.jp