

ー採用ブランディングが企業経営にもたらす未来の変革とはー
当社代表の深澤 了、ブランド構築研究開発室 室長 嶋尾 かの子
日本マーケティング学会 カンファレンス2020にて論文を発表

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、2020年10月18日（日）に開催される「マーケティングカンファレンス2020」にて、代表の深澤 了とブランド構築研究開発室 室長の嶋尾 かの子が論文を発表いたします。

日本マーケティング学会は2000人を超える研究者、学生、実務家が所属する日本最大級の学会です。毎年、学会員が一同に集まって、研究報告や議論を行う研究大会「マーケティングカンファレンス」を開催しています。

昨年に引き続き、当社からは深澤と嶋尾の論文が査読を通過し、論文発表を行うことになりました。

■マーケティングカンファレンス2020 概要

 Japan Marketing Academy

テーマ：#いまマーケティングができること

日 程：2020年10月18日（日）

参加方法：オンライン開催

U R L： <http://www.j-mac.or.jp/conference/>

カンファレンス2020
(オンライン)

※当社からの発表は下記内容となります。

日本マーケティング学会 カンファレンス・プロシーディングス Vol.9

採用ブランディングが企業経営にもたらす未来の変革

企業は理念の下に集うコミュニティになる

要約

昨今、少子化と採用の売り手市場化が進み、採用ブランディングという概念が重要視されるようになってきた。従来のブランド論を採用市場に応用し、企業、商品/サービスにしかなかったブランド論に「採用ブランド」という考え方を取り入れることで採用市場のみならず、企業経営への影響も指摘されている。一方で採用ブランディングが学術的に考察されたものではなく、実務の中で多くの企業で実践されつつある。本稿では採用ブランディングをブランド論の中で捉え直し、その定義や採用上や経営への効果を整理し直し、昨今注目となっている新しい働き方「副業・フリーランス」調査・分析を通して採用ブランディングが経営にもたらす変革「企業は理念の下に集まるコミュニティ」になることの重要性を指摘する。またその過程として採用ブランディングからつながる8つの経営ステップモデルを提示する。

時 間：12:40～12:59

発表者：むすび株式会社 代表取締役 深澤了

U R L： http://www.j-mac.or.jp/oral/dtl.php?os_id=237

インナーブランディングを促進するブランド・プラクティスの実証研究

ー 理念浸透がもたらす組織への効果。「庄や」を事例としてー

要約

昨今、理念浸透の重要性が取り上げられているにもかかわらず、その取り組み内容から浸透のメカニズムまでを貫く「理念浸透する要素」について語られることは少なかった。また、理念が組織マネジメントを通してどのように浸透していくのか、マネジメントする側とされる側の目線合わせはどのように浸透していくのかについての研究は数少ない。本論では、「組織の理念に共感し、自らの理念・価値観と重ね合わせ、組織と自分の理念達成のために起こす主体的な行動」を表すブランド・プラクティス理論を、庄やのビジョン浸透活動であるバリューに沿った取り組みと、社内SNSへの投稿、またその評価（自店、上長、ビジョン浸透）と売上推移の調査に応用し、インナーブランディングの促進を「従業員を巻き込み、仕組み化する」という側面から分析したものである。相関分析の結果、ビジョンと評価の相関が見られた。これにより、ビジョン浸透によって階層間で同じ目線を得られることが示唆された。

時 間：12:00～12:19

発表者：むすび株式会社 ブランド構築研究開発室 室長 嶋尾 かの子

U R L：http://www.j-mac.or.jp/oral/dtl.php?os_id=237

■論文発表者プロフィール

深澤 了

むすび株式会社 代表取締役



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、BRAND THINKING編集長。2002年早稲田大学商学部卒業後、山梨日日新聞社・山梨放送グループ入社。広告代理店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・ラジオのCM制作を年間数百本行う。2006年パラドックス・クリエイティブ（現パラドックス）へ転職。企業、商品、採用領域のブランドの基礎固めから、VI、ネーミング、スローガン開発や広告制作まで一気通貫して行う。採用領域だけでこれまで1000社以上に関わる。2015年早稲田大学ビジネススクール修了（MBA）。同年むすび設立。地域ブランディングプロジェクト「まちいく事業」を立ち上げ、山梨県富士川町で開発した「甲州富士川・本菱・純米大吟醸」はロンドン酒チャレンジ2018銀賞、2019金賞、フランスKura Master2019金賞。埼玉県戸田市では「埼玉戸田・かけはし・純米吟醸微発泡」と、立て続けに日本酒をプロデュース。山梨県都留市ではネクタイブランド

「TSURUIKI」の立ち上げも行う。著書は「無名×中小企業でもほしい人材を獲得できる採用ブランディング」（幻冬舎）、「知名度が低くても"光る人材"が集まる採用ブランディング完全版」（wave出版）

嶋尾 かの子

むすび株式会社 ブランド構築研究開発室 室長／ブランディング・ディレクター



大阪府大東市出身。大阪芸術大学大学院博士課程修了。芸術文化学博士。思春期真っ只中の小6男子、小5女子の2児の母。子育て中に会ったアドラー心理学の学びを深め、全国で講演、講座を開催。これまで約1000人以上に自身の経験を踏まえ、子育てや女性のキャリアについてアドラー心理学の観点から伝える。現在はアドラー心理学をブランド論に応用し、ブランド・ビジョンを効率的に社内に浸透させる新概念「ブランド実践™（ブランド・プラクティス）」理論を構築中。戸板女子短期大学講師。アドラー心理学講師。アドラー心理学会、日本マーケティング学会、日本ブランド経営学会会員。日常会話レベルで話せる言語は、英語、ラオス語、タイ語、大阪弁。

<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2
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>



【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