

【中小企業の採用を考える！】

**当社代表、深澤了が中小企業大学校東京校の研修プログラム
「トップセミナー2 求める人材が定着する採用のポイント」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11月28日（木）に開催される、中小企業大学校東京校の研修『【No.8】トップセミナー2 求める人材が定着する採用のポイント』に登壇いたします。

当セミナーでは、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・ディレクター深澤了がたどり着いた、採用とブランディングを掛け合わせた理論である、**採用ブランディング**の考え方をお伝えしながら、自社の見せ方、伝え方をお伝えします。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、「ビジネスパーソン企業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もご紹介いたします。

自社に定着する人材の採用戦略 –採用ブランディングの考え方–

講師：深澤了 むすび株式会社 代表

内容：自社の求める人材像を明確にする方法、そして自社にとっての「あたりまえ」を「強み」とし、魅力的に伝える方法を学びます。

また、採用方法についても、既存の方法を見直し、実務・コスト両面から効率的な方法を検討します。

- ・最近の採用情勢
- ・採用において陥りやすい間違い
- ・理念に共感する人材を集めるための採用ブランディング

研修日程 2019年11月28日（木）

研修期間（時間） 1日（6時間）

受講料 16,000円

定員 30名

対象 経営者、経営幹部
・社員の採用で悩んでいる方
・社員の定着化に課題を感じている方

場所 中小機構本部 東京都港区虎ノ門3-5-1虎ノ門37森ビル9階

【本研修の狙い】

人手不足が叫ばれる中、人材の採用は企業にとって喫緊のおおきな課題となっています。また、せっかく採用しても定着せず人材育成が進まないという声も聞こえてきます。このような場合、自社が求める人材像が求職者に正しく伝わっていない可能性があります。これから長期に亘りともに働く仲間を見つけるには、求職者に自社を正しく魅力的に伝えることが必要不可欠です。

本研修では、求める人材を採用し定着につなげる、自社の採用ブランディングを学びます。また、求人票に落とし込む際のポイントや最新の採用情勢についても触れていきます。定着を見据えた採用戦略を始動しましょう。

【当研修の特徴】

- ・人材の定着について、採用から見直して考えます。
- ・採用に成功している企業の事例から、定着する人材採用戦略のあり方・進め方を学びます。
- ・求人票や自社ホームページの見せ方のポイントをおさえます。

■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おう秘訣
- [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・株式会社アドブレーション社 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

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 RECRUITING」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