

会社を強くする！

## インナーブランディングの進め方

～経営・人事必見！ 誰に・何を・どのように伝えるか～

(株)リンクソーシャル 取締役 松田 佳子

### ■理念・価値観の浸透は人事が担う

少し大きな企業規模になると、社内報、メルマガ、イントラ、表彰イベント、理念学習、ビデオメッセージ、職場ミーティングなど、社風形成を後押しする様々な機会が従業員に対して提供されている。ただ、目の前の実務に追われる個々の従業員にとっては、社内イベントも理念研修も建前の行事であったり、上から言われて参加する面倒ごとであったりする。また、施策運営の側も、社内イベントは総務部、表彰制度は経営企画室、理念学習は研修部、社内報・イントラは広報部兼任、といった縦割りに陥る危うさもある。これら施策の意図に立ち返り、一貫したメッセージを発信する要の設計は、やはり人事が担うべきだろうという提案が今回の特集企画の動機であった。「あれは長年、他の部署がやっているから」ではなく、形成すべき社風・価値観やプロジェクトの意図を明確にし、手段を計算し、従業員の行動変容・理念の日常行動での実践まで見届けるインナーブランディングの方法論を、社風改善のプロフェッショナルに解説いただいた。強い会社になるためのヒントを視界に入れておきたい。

(編集部)

### CONTENTS

- No.1 インナーブランディングで「社員から選ばれ続ける企業」になる
- No.2 インナーブランディングの推進ステップ
- No.3 【STEP1】ゴール設計のポイント
- No.4 【STEP2】メッセージ設計のポイント
- No.5 【STEP3】プロセス設計のポイント
- No.6 【STEP4】施策設計のポイント①
- No.7 【STEP4】施策設計のポイント②
- No.8 全社コミュニケーション施策のポイント
- No.9 左右コミュニケーション施策のポイント
- No.10 マスコミュニケーション施策のポイント
- No.11 上下コミュニケーション施策のポイント
- No.12 【事例】全体設計編①
- No.13 【事例】全体設計編②
- No.14 【事例】施策実施編

### ■松田佳子：

2009年、新卒でリンクアンドモチベーション入社。採用や育成、組織風土のコンサルティングに従事した後、従業員エンゲージメント向上サービス「モチベーションクラウド」の立ち上げに参画。以降は組織風土改革に特化した事業部の責任者を務める。2024年、リンクイベントプロデュース 代表取締役社長に就任。2025年、リンクコーポレートコミュニケーションズとの経営統合により現職。戦略設計から社内コミュニケーション施策の企画／制作まで、総合的なサービスを展開。顧客の組織風土変革やビジョン実現を支援している。

### ■株式会社リンクソーシャル：

- 住所：〒104-0061 東京都中央区銀座4丁目12-15 歌舞伎座タワー 15階
- URL： <https://www.link-ss.co.jp>

