

従業員の意識を変える

インナーブランディング



企業における重要なマーケティング戦略のひとつである「ブランディング」。ブランディングと言えば、顧客や消費者などの外部に向けて行う「アウトターブランディング」のイメージが強いですが、近年、自社の従業員に対して行う「インナーブランディング」も組織づくりにおいて重要な役割があるとして、注目されています。

インナーブランディングとは

インナーブランディングとは、従業員に自社を理解してもらおう啓蒙活動です。より良い製品やサービスを提供するために、自社の経営理念や方向性、企業ブランド価値などを明確に定義し、従業員に理解と共感を促すことを目的としています。

インナーブランディングを行うことで、従業員一人ひとりが経営理念やビジョンに基づいた行動や対応を取れるようになっていき、その結果、顧客や消費者などの社外に向けたアウトターブランディングにも繋がっていくとされています。

インナーブランディングを行うメリット・デメリット



インナーブランディングを行う上でのメリット・デメリットをみていきます。

メリット	<p>✓企業風土を醸成する</p> <p>従業員が自社の方向性や価値観を深く理解し共有することで、自社の経営理念や経営方針が明確になります。さらに、組織に一体感が生まれ、企業風土が醸成・強化され、組織力も向上していきます。</p>
	<p>✓従業員のモチベーションアップや離職率低下に繋がる</p> <p>企業理念への理解が深まると、自社に対する共感や愛着が増しやすくなります。また、自分の行いが自社に貢献しているという実感を得ることで、従業員の満足度やモチベーション向上、離職率低下にも繋がります。</p>
	<p>✓アウトターブランディングとの相乗効果</p> <p>インナーブランディングによって自社に対して誇りや愛着を持った従業員は、貢献意欲が高まり、社外への広報活動も積極的になりやすいです。その結果、アウトターブランディングにも繋がっていくことでしょう。</p>
デメリット	<p>✓効果が出るまでに時間とコストがかかる</p> <p>インナーブランディングは、セミナーや社内報などの様々なツールを使って自社の価値観や組織風土を全体に浸透させるため、それなりに時間やコストがかかります。</p>
	<p>✓多様性の排除</p> <p>価値観の共有を求めすぎると、合わない従業員が排除されてしまう恐れがあります。また、異なる価値観を持つ人材を排除してしまうと、組織としての多様性が失われ、硬直化する危険性があります。</p>
	<p>✓企業理念や方向性が不明瞭であれば、逆効果になる</p> <p>企業理念やビジョンが不明瞭であると、従業員から共感を得ることが難しくなるばかりか、反感や不信感といったネガティブな感情を抱かせてしまう可能性があります。</p>

代表的な施策・ツール

ここでは、実際にインナーブランディングに取り組む場合の代表的な手法をご紹介します。

社内報・社内 SNS 等

経営層からのメッセージや社員紹介、社会貢献活動の報告、お客様からの声などが掲載される社内報は、自社のビジョンや社風、社外からみた自社のイメージなどを共有することができるため効果的とされています。近年は、紙媒体ではなく、従業員向けの Web サイトや SNS 等を利用する企業も増えています。

ポスター・動画作成

企業理念や方向性、自社ブランドの価値を分かりやすくまとめたポスターや動画を作成するのも効果的です。ただし、ポスターをあちこちに貼るなど過度な行動は、押しつけがましく思われることもあるので、注意が必要です。

社内イベント・社会貢献活動等

表彰式や、創立記念イベント、社会貢献活動などの場を設けることで、自社の企業理念や方向性の理解を深めることができますし、従業員同士のコミュニケーションの場にも繋がります。

クレドカード・ハンドブック作成

クレドとは、ラテン語で「信条」を意味し、企業においては方向性や経営理念のことを指します。これらを記載したカードやハンドブックを従業員に携帯してもらい浸透させるとともに、現場で何らかの判断を求められた際の行動指針としても機能するとされています。

企業イメージは、従業員一人ひとりの行動や対応によって決まっていくものであり、そのためにも企業理念や行動指針等といった自社の価値観を従業員に浸透させることはとても大切といえるでしょう。

一方でインナーブランディングはすぐに効果がでるというものではなく、時間がかかる活動です。長期戦になるため、こまめに PDCA (Plan(計画)→Do(実行)→Check(評価)→Action(改善)) サイクルを繰り返しながら継続的に取り組んでみる、というのはいかがでしょうか。

インナーブランディングで得た効果がアウターブランディングにも良い影響を与え、きっと企業イメージ向上に繋がっていくことでしょう。

