

従業員エンゲージメント

人的資本経営

インナーブランディング

# インコミ&インナーブランディング 実践講座

【東京会場開催&オンライン開催】

2025年11月27日(木) 1日集中

従業員が自社の理念や強みに共感しエンゲージされると、  
企業ブランドの価値や評価は自ずと高まる。  
環境が激変する今、社内コミュニケーションを活性化し、  
自律型の働き方を促そう。

手探りで社内  
コミュニケーションに  
取り組んでおり、  
何が正解か  
分からないでいる…

経営陣、従業員に  
能動的に参画してもらい、  
エンゲージメントが高まる  
施策のつくり方を  
模索している…

グループ  
関連会社との  
一体感、連帯感を  
強化したい…

インターナル  
コミュニケーションにおける  
KPIや指標の策定に  
課題を感じている…

グローバルでの  
インターナルコミュニケーションを  
いかに進めるか検討中…  
国内外の社員へ、企業理念や  
中期計画を浸透させる  
方法が知りたい

選べる受講形態！

東京会場(南青山)  
or  
オンライン(ZOOM)

## こんな方におすすめ

- 手探りで社内コミュニケーションに取り組んでおり、何が正解か分からないでいる…
- 経営陣や従業員に能動的に参画してもらい、エンゲージメントが高まる施策のつくり方が知りたい
- グループ関連会社との一体感、連帯感を強化したい…



KAIGI GROUP

Ecosystem for Growth and Innovation in the Digital Age

社員の情熱は資本の一つ。

エンゲージメントを高める戦略はありますか？

## 企業目的の具現化を追求すれば、売上利益や数値目標は達成できる。 困難な時こそ、目的追求型の仕事をしよう。

近年、働き方が大きく変わったことで、社内コミュニケーションに課題を感じる企業が増えています。若手層は離職や転職についての心理的なハードルが下がり、従業員との関係性の変化にも柔軟な対応が求められます。また、グローバル化を進める企業は、急激な為替変動などの外部環境変化への対応もしながら、海外拠点との関係性強化にも取り組んでいかなければなりません。

このような状況において、自社の理念やブランドなど、企業競争力の源泉を世代を超えて受け継ぎ、国内や海外の拠点を含め自社グループ内で従業員と深く共有する必要性が高まっています。本講座では、従業員を対象とするインナーブランディングとインターナルコミュニケーションについて、原理原則から実践的なアプローチまでを体系的に学びます。

2022年8月、内閣官房から公表された「人的資本可視化指針」。  
「人的資本」に係る19項目の開示を推奨している  
出所:内閣官房「人的資本可視化指針」

人的資本情報として開示が推奨されている19項目

|             |    |             |
|-------------|----|-------------|
| 育成          | 1  | リーダーシップ     |
|             | 2  | 育成          |
|             | 3  | スキル／経験      |
| エンゲージメント    | 4  | エンゲージメント    |
| 流動性         | 5  | 採用          |
|             | 6  | 維持          |
|             | 7  | サクセッション     |
| ダイバーシティ     | 8  | ダイバーシティ     |
|             | 9  | 非差別         |
|             | 10 | 育児休暇        |
| 健康・安全       | 11 | 精神的健康       |
|             | 12 | 身体的健康       |
|             | 13 | 安全          |
| 労働慣行        | 14 | 児童・強制労働     |
|             | 15 | 労働慣行        |
|             | 16 | 賃金の公正性      |
|             | 17 | 福利厚生        |
|             | 18 | 組合との関係      |
| コンプライアンス／倫理 | 19 | コンプライアンス／倫理 |

### 本講座のポイント

#### 目指すは、企業と従業員がキズナで繋がる組織風土の醸成

従業員が自社の理念やブランドに共感しエンゲージされれば、意識と行動に変化が現れます。また、ひとりひとりが企業目的を追求し、自律的に仕事に取り組めば、自ずと企業ブランドの価値や評価は高まります。これらを実現するには、経営の視座に基づく中長期戦略と、従業員の目線に合わせた仕事の仕組みづくりが欠かせません。本講座は、実務に必要な知識や情報を身につけるだけでなく、担当者として求められる資質や行動様式などを含めて仕事の本質を学び、従業員のココロを動かし態度行動の変容を促すコミュニケーションを企画し牽引する人財の育成も目指しています。

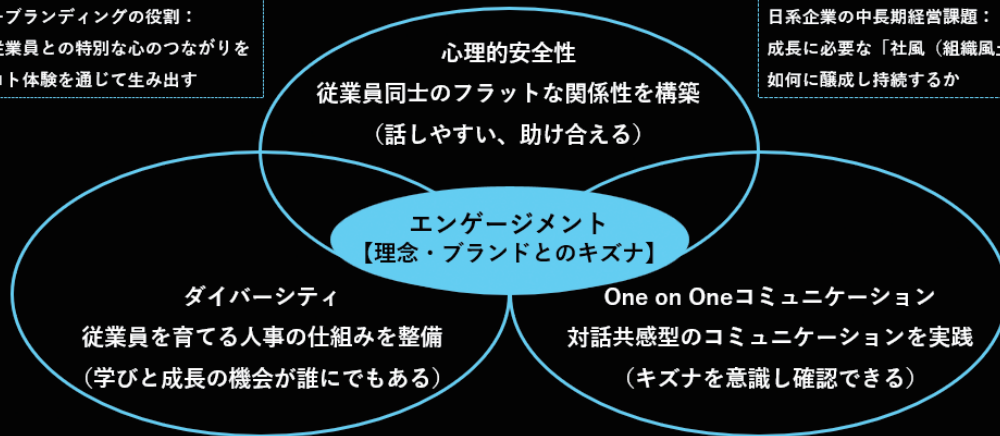
目指す姿：企業と従業員がキズナで繋がる組織風土の醸成

インナーブランディングの役割：

企業と従業員との特別な心のつながりを  
対話やコト体験を通じて生み出す

日系企業の中長期経営課題：

成長に必要な「社風（組織風土）」を  
如何に醸成し持続するか



【インターナルコミュニケーションによる基盤づくり】

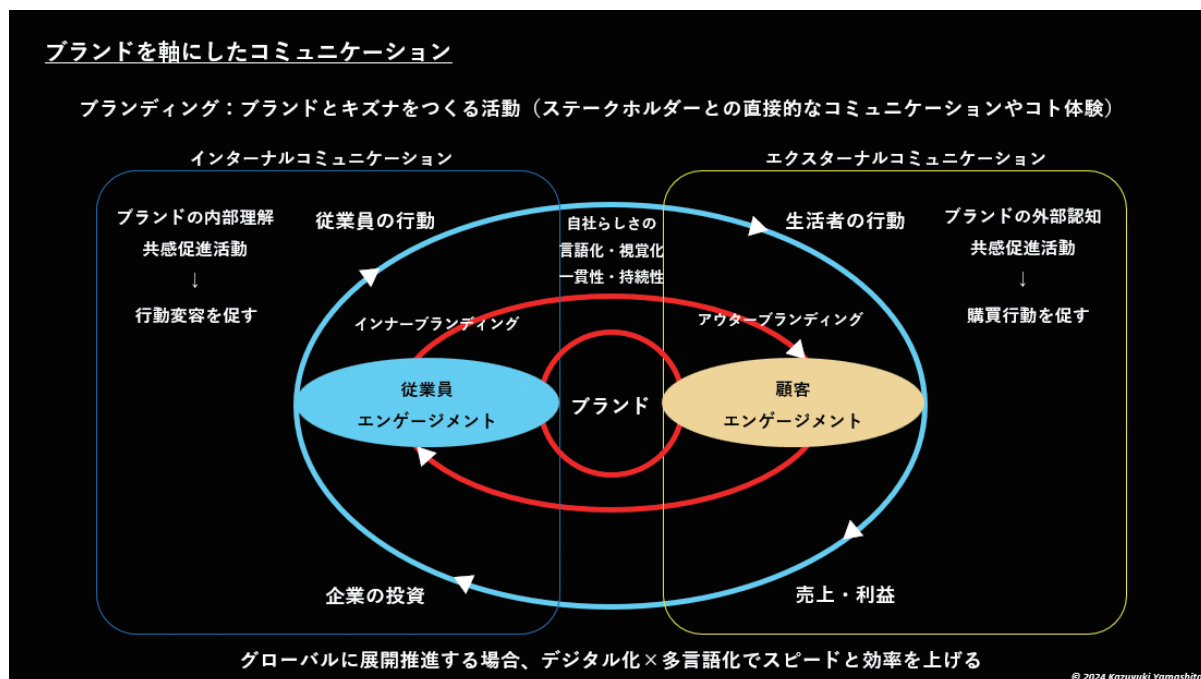
企業目的・価値観を浸透共有（経営理念、経営方針、ブランド、行動指針、行動規範など）

Point

インナーブランディングとインターナルコミュニケーションの基本型を知ること  
全体像を掴む

Point

コミュニケーション業務の  
仕組みづくりと従業員の共感を生む  
コンテンツの企画手法を学ぶ



Point

経営層への提案を想定した中長期戦略立案のためのフレームワークを学ぶ

戦略的なICとは、組織・企業のあり方のゴールや段階的な目標を定め、社内コミュニケーションの全体像を描き、部門間で連携しながら施策を実行することです。また、ICには経営陣のコミットメントが必要不可欠です。理解ある経営とやる気のある担当者がいて初めて、ICへ継続してリソースを投入することができ、従業員の帰属意識向上、そして最終的には企業理念への共感を達成することができます。本講座では、現状の課題や問題点の洗い出しから、経営をコミットさせる中長期課題とゴール設定、BtoCやBtoBなど、それぞれの企業の特徴も踏まえIC戦略を具体設計する術までを網羅的に解説します。

【仕事の現状を把握】 現状の課題から、現在できていること、できていないことを洗い出してみよう！

- ① 自社のゴールなど、仕事の課題になる考え方を整理し、チーム内で共有しているか？
- ② 経営の視点と社員の目線から課題を設定し、解決する優先順位がついているか？
- ③ コミュニケーションのロードマップ（年代、職種、雇用形態等）は設定されているか？
- ④ コアターゲットへ効果的にアプローチするためのツール（情報源）とコンテンツはあるか？
- ⑤ コンテンツを評価（品質・コスト・制作スピード）するための仕組みや基準はあるか？
- ⑥ 社員が提供する課題とアウトプットする業務が一致し、制作チーム内の役割分担は明確か？
- ⑦ 中長期で数値目標（KPI・KGI）を設定し、PDCAを回す仕組みづくりができているか？
- ⑧ 経営者のスキルを上げるために、教育研修などの機会がとれているか？

1. 仕事の自己評価シート

講師オリジナルのワークシートを使い、仕事の現状評価を行います。自己評価を通して「どのような課題があるのか」「こんな方向で解決したい」など、課題解決の糸口を見出すことができます！

## 実際の講義の様子

東京会場・オンラインともに参加者の交流あり！ 意見交換をしながらワークを進めていきます



※ワークの形式は時期や人数によって異なります。予めご了承ください。



# カリキュラム

| 時間                                     | テーマ               | 講義内容                                         |
|----------------------------------------|-------------------|----------------------------------------------|
| 第1部<br>10:00～14:00<br>(お昼休憩<br>1時間を含む) | インコミの全体像をつかむ      | インコミの基本・社内広報との違い／エンゲージメントとは／社員のココロを動かすコンテンツ  |
|                                        | コーポレートブランディングの全体像 | コーポレートブランディングの基本／実践からのエッセンス共有／中期計画とKPI・KGI設定 |
| 第2部<br>14:20～17:20                     | インナーブランディングの進め方   | 自社らしさを考える／インナーブランディングの進め方／KGI・KPIと推進体制づくり    |
|                                        | 戦略立案ワークショップ       | グループワーク／個人ワーク／気づきの共有／質疑応答                    |

※講師・カリキュラムは変更になる場合がございます。予めご了承ください。 ※上記内容は作成時のカリキュラムです。最新動向に応じて、講義内容は適宜アップデートしてまいります。予めご了承ください。

## 講師プロフィール



### 山下 カズユキ氏

GKダイナミックス シニア ブランド ストラテジスト

1990年上場大手輸送機器メーカーに新卒入社後、セールス&マーケティング担当として20年間海外事業に携わり、中国と米国12年間駐在。2013年より、連結グループ社員5万4千人対象のインナーブランディングとインターナルコミュニケーションのリーダーに就任。業務変革を進めながら、自らプロデュースしたツールやコンテンツで社外コンテストの受賞を多数経験。その後、経営企画部と事業本部で全社戦略、小型EVなどの新規事業開発に携わった。海外赴任中、中国拠点で専売販路構築や販促を担当すると同時に、販売店まで巻き込んだブランディングとインコミを主導し業績の飛躍的な伸長に貢献。米国拠点ではブランドに重点を置き改革を進め事業再建と黒字化を達成。これらの体験をきっかけに、欧米グローバル企業のブランディングやインコミにも興味を広げ、帰国後もライフワークとして国内外企業の事例を収集し研究に取り組んでいる。近年は、知見の社会還元を目的に企業実務者の教育やアドバイザー、セミナー講師としても活動。活動理念は「企業ブランディングの進化をサポートし、日本企業を元気にする」！現在は、1950年代創業の世界的なデザインファームグループで、プロダクトデザインを担うGKダイナミックスに勤務し、ブランディング、コミュニケーションデザイン、及び経営企画に携わっている。

宣伝会議 編集・ライター養成講座 講師／宣伝会議 インナー広報実践講座 講師  
社会構想大学院大学 ゲスト講師(2022年)／社内報アワードICP部門 審査委員長(2021年)

## 受講生の声

社内広報とインターナルコミュニケーションの違いを理解できました。私の場合は社内広報での伝達にとどまっておき、コミュニケーションが出来ていないと感じました。人の行動を変える、人のココロを動かす、というところに注力したいと思います。

(日用雑貨・食品販売会社 広報職)

当社ではICについてグループ内で議論されている中で、経営陣をどう興味をひかせるかの施策を日々話し合っています。学んだことをグループ内で共有し、経営陣をコミットメントさせられるように頑張ります！

(船舶資材等の製造販売会社 総務人事部)

日々、手探りでICに取り組んでおり、何が正解かわからない状態で参加しました。グループワークでは同じような職務に就いている方々と初めて意見交換ができました。環境は違えど、みな同様に不安を抱えながら取り組んでいることが分かりましたし、他の方の考えにたくさんの気づきをいただきました。

(食品関連会社 総務人事部)

インコミがなぜ重要なのか、また広報のマインドを学ぶことができた。具体的な戦略の立て方のワークは自社に持ち帰り早速実践したい。

(飲料製造メーカー 広報職)

## 講座概要

- 開催日程：2025年11月27日(木)
- 講義時間：10:00～17:20
- 受講定員：30名 ※東京会場(南青山)
- 講義形式：東京会場(南青山)開催&オンライン開催 ※ZOOMを活用予定
- 受講料金：59,000円(税込 64,900円) ※申込金5,000円(税込 5,500円)を含みます
- 受講対象：企業、団体(財団法人、社団法人、独立行政法人、医療法人、NPO、NGOなど)、教育機関、行政、自治体の広報担当者

お申込みはWebから またはこちらまで  
FAXにてお送りください

▶03-3475-3033



|                                   |        |                              |                       |
|-----------------------------------|--------|------------------------------|-----------------------|
| インコミ&インナーブランディング実践講座<br>お申込者情報記載欄 | 会社名    | TEL                          |                       |
|                                   | 住所 〒   |                              |                       |
|                                   | 申込者様   | 氏名                           | 所属部署 役職 生年月日<br>年 月 日 |
|                                   |        | Eメール                         |                       |
|                                   | 派遣責任者様 | 氏名                           | 所属部署 役職 生年月日<br>年 月 日 |
|                                   |        | Eメール                         |                       |
| 申込形態 ①企業申込(請求書を発行します) ②個人申込       |        | 宣伝会議からの情報 ①いる ②いない ③すでに届いている |                       |

お振込み先 三菱 UFJ 銀行 青山支店 普通 1145602 口座名義:株式会社社宣伝会議

※受講は受講者本人に限ります。他人に貸与・譲渡することはできません。尚、同一の講座を別々の方に受講いただくことは禁止としております。※お申込み後のキャンセルは原則承っておりません。※万一、受講前に受講予定の方の参加ができなくなった場合は、事務局までお問合せください。同一講座の受講中において、参加者の途中変更はできません。※一旦納入された申込金・受講料は、受講前・受講途中にかかわらず、いかなる理由であっても払い戻しや次期への振り替えはできません。※天候不順によるアクシデントや講師の都合、受講者数が一定数を下回った場合等、諸事情により直前に開講日程が変更・中止となる場合がございます。その際、交通・宿泊費等の保証はできませんのでご了承ください。※弊社と発注者は互いに暴力団、及びその他の反社会的勢力に該当しないことを表明・確約します。万が一、上記に反していることが判明した場合には、直ちに無条件で本契約を解除します。※弊社と同様の教育講座を開催している企業、人材紹介業、受講生への営業・勧誘等を目的とする受講等に関しましては、審査の上、お申し込みをお断りする場合がございます。また、お申し込みから審査までの間に、ご請求書類の発送など、決済処理の進行が行われる場合がございます。あらかじめご了承ください。※本申込書により株主総会が取得した個人情報(受講手続きや各種連絡、講座運営、ダイレクトメールなどの方法で出版物や講座、イベントのご案内等をお送りするために利用します。プライバシーポリシー (https://www.sendenkaigi.com/privacy/) をお読みいただき、同意の上、お申し込みください。

### ■お問合せ

株式会社社宣伝会議 〒107-8550 東京都港区南青山3丁目11番13号  
TEL:03-3475-3030 E-mail:info-educ@sendenkaigi.com https://kaigi-group.com/



**KAIGI GROUP**  
Ecosystem for Growth and Innovation in the Digital Age