

## エンプロイヤー・ブランドを基にした中小企業における経営者と従業員の意思疎通方法の研究

池田, 果衣

<https://hdl.handle.net/2324/4784626>

---

出版情報 : Kyushu University, 2021, 博士 (芸術工学) , 課程博士  
バージョン :  
権利関係 :

氏名	池田 果衣			
論文名	エンプロイヤー・ブランドを基にした中小企業における経営者と従業員の意思疎通方法の研究			
論文調査委員	主査	九州大学	教授	清須美 匡洋
	副査	九州大学	教授	平井 康之
	副査	九州大学	准教授	田村 良一

### 論文審査の結果の要旨

博士(芸術工学)の学位申請のために提出された本論文は、これまでの企業のためのデザイン研究が企業の外部に対しての企業アイデンティティを统一的にアピールする方法が多く取られていたことに対し、企業内部のアイデンティティを共有することも企業にとって非常に重要な課題であることに着目し、近年注目されている **Employer Brand(EB)**を基とした企業と従業員との関係を規定、企業の意義を共有することで、様々な企業の内的課題に対して解決の糸口が発見可能なデザイン上の方法論を構築することである。今後の企業内部ブランドコミュニケーション、特に今回は企業ブランドが未成熟な中小企業に焦点を当て研究を進めたことに本研究の意義がある。本研究は、企業特に中小企業の経営者と従業員とのコミュニケーション不足を解決する方法として企業の内向きのアイデンティティを構成する **Employer Brand(EB)**を基とし、構造的に分析し、形式知化することで、**Employer Brand(EB)**における情報の共有を可能とすることを目的としている。

本研究は、**Employer Brand(EB)**の現状を先行研究からとらえ、**Employer Brand(EB)**における構造モデルを記号論を用いて作成し、すでに企業ブランドとして確立している企業を対象に構造化モデルとしての3×3ブランドマトリクスを適応検証し、効果を確認したうえで、最終的に **EB 3×3**モデルを作成、更なる個別事例での適応検証を加え、**Employer Brand(EB)**における内部表示モデル **EB 3×3**モデルを作成した。このモデルを用いてさらに、中小企業における適応方法を提案し、実証実験を踏まえ、本モデルの活用の可能性の確認を行った。本研究が持つ独自の視点と新たな構造モデルによるデザインアプローチは中小企業の **Employer Brand(EB)**強化のための重要な実践的な研究と位置付けられる。

本研究は、研究の背景と目的、研究方法を踏まえ、第1章において **Employer Brand(EB)**の現状、第2章で **Employer Brand(EB)**の構造モデルの作成(形式知化)、第3章で **EB 3×3**モデルの個別企業への適応、第4章で **EB 3×3**モデルを中小企業に適用方法を提案し、第5章で実証実験、第6章で活用の可能性を確認したことで、新たな方法論の構築を試みたことが大きな評価である。さらに今後の展開についても明確な指針が示

されている。よって、本論文は、博士（芸術工学）の学位に値する。