

## 本質的な採用ブランディング提供開始！

～採用課題の本質に迫る、今の時代にフィットした採用ソリューションを提供開始～  
採用ブランディングと新規事業・マーケティング支援の  
プロフェッショナルが業務提携

株式会社アップデート（東京本社：東京都中央区、代表取締役社長：伊達晃洋、以下「アップデート」  
URL:<https://up2date.co.jp/>）と、むすび株式会社（本社：東京都目黒区、代表取締役：深澤了、以下「むすび」  
URL:<https://www.musubi-inc.co.jp/>）は、企業の採用課題に対し戦略的かつ根本的にアプローチする包括的な採用支援ソリューションの提供を目的とした業務提携を締結しました。

### ■ 業務提携の背景と狙い

少子化・価値観の多様化・働き方改革といった社会変化により、新卒の充足率が過去最低の91%（日本経済新聞調べ）となり、中途採用も激化。大手企業の採用数の増加により、多くの企業にとって、人が集まらない、採用できないという悩みが深刻化しています。また一方で採用できている企業でもミスマッチによる退職代行利用の増加など、企業の「採用力」そのものが経営戦略の重要な要素となりつつあります。

本提携では、企業の成長戦略を支援してきたアップデートの新規事業・マーケティング設計力と、むすびの採用ブランディングにおける専門性を融合。自社の強みを徹底的に掘り起こし、自社が「誰に何をどのように伝えるか」を決め、それをもとに採用フローを組み立てることで、自社らしい差別化された戦略・戦術ができあがります。それを実行することで、地域・業種・企業規模関係なく、ミスマッチの少ない、活躍人材になりやすい人材を採用できる画期的な採用理論を広めていきたいと考えています。

その結果、誰もが働きがいを持って活躍できる社会になり、企業側は自社の理念に共感し、ビジョン達成とともに叶える人材を確保できる。個人と企業が共鳴し合う社会づくりを目指していきます。

### ■ 提供サービス概要

#### 【共同提供サービス】

#### 1. 採用ブランド診断プログラム

現状分析から企業の独自性・魅力を言語化し、社内外への浸透を支援。

#### 2. 採用マーケティング設計支援

強みの整理、弱みの整理、ペルソナ設計、採用フロー設計、媒体選定、広告運用までを一貫して支援。

#### 3. コンテンツ&ストーリー開発

社員インタビュー、ビジョンムービー、SNS活用など、ターゲットに響く採用広報を共創。

#### 4. 組織と採用の両輪設計

中長期的な採用成功のために、カルチャー醸成やオンボーディング戦略までサポート。

#### 【本件に関するお問合せ先】

むすび株式会社 E-mail: [info@musubi-inc.co.jp](mailto:info@musubi-inc.co.jp)

## 報道関係者各位

### ■ 両社コメント

#### ・アップデート 代表取締役 伊達晃洋

「採用課題は、もはや採用部門だけの問題ではありません。企業のビジョンや事業構想に紐づいた採用戦略が必要不可欠です。むすびとの連携により、より本質的かつ実践的な支援が可能になると確信しています。」

#### ・むすび 代表取締役 深澤了

「どんなすばらしい戦略を描いても、それを実現できる人材がいなければ、目標にたどりつくことはできません。今、多くの企業は『人が集まらない、断られる』を繰り返し、採用に疲弊しています。採用ブランディングの実践こそ突破口であることを多くの企業に実感してほしいと思います。」

### ■ むすび株式会社の採用ブランディングに向けた取り組み

#### ○実績

・ラーメンチェーン 新卒中途採用0人→新卒15名入社。慶応義塾大学、立命館大学など、これまで出会えなかった大学生が内定承諾。立命館大学の学生は大手証券会社の内定を辞退して入社する人も。中途採用も1ヶ月で3名入社

・地方建設会社 新卒採用0名→新卒5名入社 金沢大学、新潟大学の建築専攻、千葉大学大学院の建築専攻の方が入社

・投資不動産 新卒採用1名→新卒採用10名 大阪大学、筑波大学、早稲田大学など。大手精密機器メーカーの内定を辞退して入社。

採用ブランディングを実行することで、業種、地域、企業規模問わず100%採用が改善しています。

#### ○代表著書

・「人が集まる中小企業の経営者が実践しているすごい戦略 採用ブランディング 新版」（2024,WAVE出版）

・「どんな会社でもできるインナー・ブランディング まず教育、そして採用、業績アップ。鉄板の好循環をつくる」（2023,セルバ出版）

・「知名度が低くても光る人材が集まる 採用ブランディング完全版」（2020,WAVE出版）

・「無名×中小企業でもほしい人材を獲得できる 採用ブランディング」（2018,幻冬舎）



## 報道関係者各位

### ○代表論文

- ・日本マーケティング学会カンファレンス2023（査読付き論文）「経営におけるパーパスと企業理念（ビジョン・ミッション）の共通点と相違点ーパーパスとビジョンは経営のどこに効いているのかー」
- ・日本マーケティング学会カンファレンス2022（査読付き論文）「採用ブランディングの理論と実際の乖離に関する調査研究ー採用ブランディングの効果を最大化するためにー」
- ・日本マーケティング学会カンファレンス2021（査読付き論文）「テレワークを理念浸透のチャンスを変え、組織を強くするための方法論」-テレワークで人は理念を意識するか、働き方に影響するか-
- ・日本マーケティング学会カンファレンス2020（査読付き論文）「採用ブランディングが企業経営にもたらす未来の変革」-企業は理念の下に集うコミュニティになる-
- ・日本マーケティング学会カンファレンス2019（査読付き論文）「企業理念の浸透を促進するブランド実践の概念とメカニズム」 -アドラー心理学の応用がもたらすインナーブランディングの実践的仕組み -

---

**【本件に関するお問合せ先】**

むすび株式会社 E-mail : info@musubi-inc.co.jp