

Connected Leadership

Powered by Brunswick

日本

「三方よし」に代表されるような、株主のみならず、従業員、社会等、多方面に気を配る考え方により、日本企業は国内では非常に高い信用を勝ち得ている。実に80%の日本国民が企業が世界が直面する重要課題解決に貢献していると考えている。一方、米国などでは、この数字は50%以下である。

日本企業は、この違いを意識し、海外においてはソーシャルメディア・オンラインのコミュニケーションを含め、意識的により積極的なコミュニケーションに努める必要がある。

下記ホームページより報告書全文をご確認下さい
brunswickgroup.com/connectedleadership

全体状況



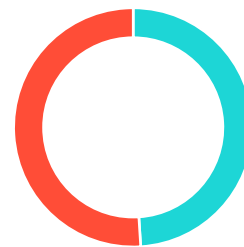
80% vs 44%

日本においては、80%の人が企業は世界が直面する重要課題解決に貢献していると考えている。米国の44%をはじめ、日本外ではこの数字はかなり低くなる。



9 out of 10

金融メディアの読者の10人に9人が、企業の危機や緊急事態時にCEOがSNSに発信する重要性を挙げています。



49%

機関投資家の49%が、CEOが何を語っているのかを知るためにデジタル/ソーシャルメディアを利用しています。

主な調査結果

- 日本のCEOが最も多く利用するプラットフォームはLinkedIn(リンクトイン)で、11%がプロフィールを掲載しています。ただし、最もSNSに積極的なCEOは、ツイッターを一番よく利用しています。
- 2019年、日本国民の28%以上がツイッター、15%がフェイスブック、14%がインスタグラムを使用していました*。
- 未来の社員は、SNSを使って就職先候補の経営者を調べています。3分の2以上の求職者は、デジタルメディアやSNSを使わないCEOより、これらを活用するCEOの下で働きたいと回答しています。
- 現在企業で働く社員も、会社に残る理由として、給与・福利厚生に次ぐ第3位に経営者の透明性をあげています。



Connected Leadership、Brunswickの支援内容については下記アドレスへお問い合わせ下さい。

ConnectedLeadership@BrunswickGroup.com

15%

Connected Leadership IndexのTOPIXコア30およびLarge70のCEOの18%がSNSを利用しています。

世界で最もSNSを活用する経営者のテクニック

ビジュアルを活用する

SNSを最も活用する経営者トップ50は、ビジュアルコンテンツの大切さを理解しています。その大半が、投稿で写真や動画を活用しています。



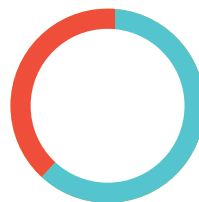
SNSを最も活用する経営者トップ50は、SNSを使う平均的なCEOと比べて動画を多く投稿しています

自分らしく

SNSを活用し尊敬を集めている経営者には、もうひとつの共通点があります。ありのままの自分を見せているのです。率直さが、有意義なデジタルコミュニケーションの鍵を握ります。

頻繁に投稿する

SNSを最も活用する経営者トップ50は、他のCEOより頻繁に投稿しています。コンテンツの高い質を保ちながら、他の人の2倍の件数を投稿しているのです。



62%

トップ50の62%が、複数のプラットフォーム上で活動しています