



2022年9月1日

各位

会社名 株式会社 識学
代表者氏名 代表取締役社長 安藤広大
(コード番号7049 東証グロース)
問合わせ先 上級執行役員経営推進部長 佐々木大祐
(TEL: 03-6821-7560)

渋谷エリアに「識学転職」屋外広告を掲出します！

～ニッポンの転職後を、幸せに。～

株式会社識学（本社：東京都品川区、代表取締役社長 安藤広大、以下「当社」）は、2022年9月1日（木）～9月15日（木）の間、渋谷駅周辺エリアにて「識学転職」に関する屋外広告を実施することをお知らせいたします。

■ 識学転職とは

「識学転職」は“成長だけは、約束しよう”をコンセプトに、「識学が導入された企業で働きたい求職者」と「識学的な思考を持つ求職者を求める識学導入企業」とのマッチングをプラットフォーム上で行うことができるダイレクトリクルーティングサービスです。

識学の理論で動いている企業は、「何をすればチームとして認められるのか」「何をすればリーダーに評価されるのか」といった、組織内のルールが明確で、社員全員が成果を出すことに集中し、正當に評価される環境が整っていることが特徴です。これにより求職者は、転職してからすぐに迷いなく仕事に集中することができ、会社と一緒に成長していくことが可能となります。

そして「識学転職」の特徴は、会員の皆さんにお願いしている「識学サーベイ」のオンライン受験（無料）です。識学サーベイとは、識学を導入した企業がきちんと理論に基づいて運営されているかを、そこで働く個人の行動や思考から明らかにするために作られた“識学”適性テストです。

普段仕事をする上で自分でも気づかないような「思考の癖」「意識の状態」を判定する識学オリジナルの人材評価システムです。直近1年間で500社以上に実施しており、磨き抜かれた分析ノウハウがスカウトを送る企業と求職者とのマッチングに活用されています。

■ 広告出稿の背景

新型コロナウイルス感染拡大により様々な業界で採用活動を停止、または縮小していましたが、2022年以降は少しずつ採用活動の再開が進み、求人数が増加し活発化が見込まれています。そこで今回、3年以内に転職を経験した20代～50代の男女1,000人を対象に、転職活動時に重視しているポイントや転職後

に感じた後悔や不満などを調査しました。

上記の調査結果より、転職後も待遇や職場環境に不満を抱えている方々が多く存在していることがわかりました。そこで今回、当該調査結果を活用して、新聞広告を展開するほか、交通広告で渋谷エリアに大規模な広告を展開し、より多くの方々に識学転職を知っていただく、またご活用いただくことで、「**定量的で明確な評価制度と機能する組織＝識学的組織**」で働くことが**快適である、成長につながる**ということを証明してまいります。

なお、当社グループの損益状況及び財政状態に及ぼす影響は軽微と見込んでおりますが、長期的に当社の業績向上に寄与するものと考えております。また、今後、当社グループの業績等に重要な影響を与える事象が発生した場合は、適宜開示いたします。

■ 調査概要

調査名：転職後の幸福度調査

調査方法：インターネット調査（WEBアンケート）

調査地域：全国

調査対象：過去3年以内に転職した経験がある22～59歳までの会社員

回答総数：1,000サンプル

調査期間：2022年6月28日（火）～6月30日（木）

■ 調査結果サマリー

・転職の理由トップ3

1位：給与を上げたかった 2位：会社の将来への不安 3位：会社のビジョン・方針が合わない

・転職後に「後悔・失敗した」と思ったのは59.7%

理由 1位：給与が思ったより低かった 2位：組織風土が合わなかった 3位：役職・業務内容が異なった

・評価制度の不透明さ、上司のマネジメントに困惑する転職者

・うたい文句と実態が違ったのは「やりがいのある仕事」と「成長できる環境」

■ 調査結果の詳細

<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000076.000029010.html>

■ 屋外広告例



以上