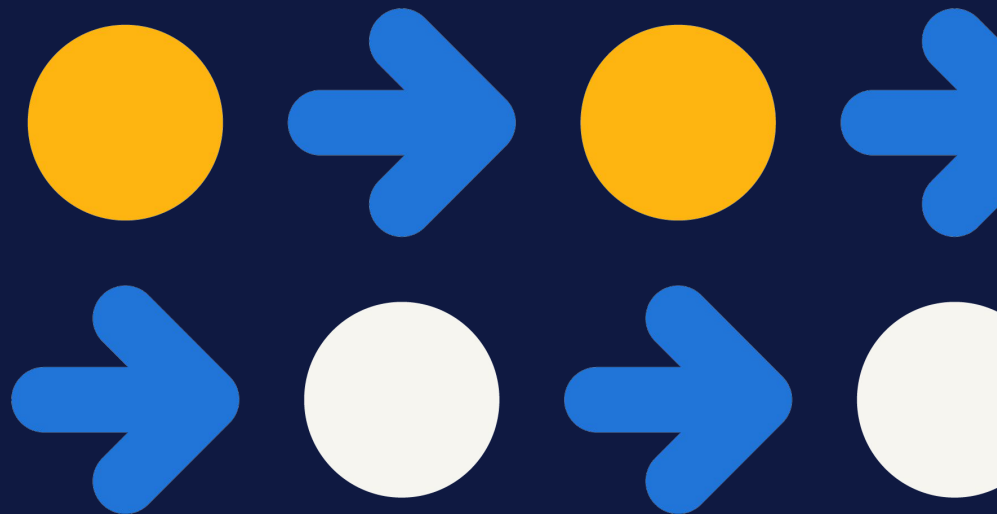


# エンプロイヤー ブランドリサーチ 2021

～働きたい、と思われる魅力ある企業へ～

## 日本版



 randstad

human forward

# 目次

- 1 エンプロイヤーブランドリサーチとは？
- 2 雇用主としての魅力
- 3 転職の動き
- 4 新型コロナウイルスによる影響
- 5 詳細情報

# ランスタッド・エンプロイヤー リサーチとは？

- 一般の人々が抱く印象に基づく、**エンプロイヤーブランドの調査**。魅力あるエンプロイヤーブランドに関する21年にわたる調査知見を活用しています。
- 世界34の国と地域の19万人以上の回答者を対象とした**独自調査**。
- 全回答者の少なくとも10%から認知されている、国内大手企業150社の**雇用主としての魅力**を考察。
- 雇用主がエンプロイヤーブランドを形成するのに役立つ、**情報**を提供しています。



# why employer branding matters.

エンプロイヤーブランドの重要性について



ブランド力が弱い企業は、従業員1名あたりの人件費が10%高くなっています。

50%

働き手の50%が、たとえ給与額が増えるとしても、評判の悪い企業では勤務したくないと述べています。

96%

働き手の96%が、個人的価値観と企業文化の一致は、職場の満足度の重要な要素だと考えています。

80%

職場のリーダー達の80%が、優れたエンプロイヤーブランドは、優秀な人材を惹きつける要素であると考えています。人々が仕えるのは”企業”ではなく”文化”であるため、雇用主である会社に対する各個人の認識や評価は極めて重要です。

リクルーターと求職者の両方が、勤務先を選択する際の最も重要な決定要素の1つとして企業文化を挙げています。同様に、文化の透明性も大切です。求職者は、企業との相性を知るために、企業文化を積極的に調べています。もし求職者が企業レビューサイトで、現役社員や他の求職者からのポジティブなコメントを見つければ、不安なく履歴書を送り、転職に踏み切ることができます。

# why employer branding matters.

エンプロイヤーブランドの重要性について

---

19%

雇用主が公言していることと実際に働いた時の体験が確かに一致していると感じている従業員は世界の19%に止まります。

---

1-2x

魅力あるエンプロイヤーブランドを備えた会社は、採用までの時間が1〜2倍スピードアップします。

---

#1

採用候補者にとって応募段階で一番障害となることは、実際に組織で働くことのような雰囲気なのか分からないということです。

---

76%

企業文化とのフィット感を強く感じている従業員はより働く場所として他者に自身の職場を薦めやすくなります。

---

52%

求職者の52%が、求人に応募する前にソーシャルメディアで企業リサーチを行っています。



# グローバル経済の80%以上を占める 34の国と地域を調査

アルゼンチン  
オーストラリア  
オーストリア  
ベルギー  
ブラジル  
カナダ  
中国  
チェコ共和国  
フランス  
ドイツ  
ギリシャ  
香港  
ハンガリー  
インド  
イタリア  
日本  
カザフスタン  
ルクセンブルク  
マレーシア  
メキシコ  
ニュージーランド  
ノルウェー  
ポーランド  
ポルトガル  
ルーマニア  
ロシア  
シンガポール  
スペイン  
スウェーデン  
スイス  
オランダ  
イギリス  
ウクライナ  
アメリカ



● 調査対象地域

調査手法について詳しくは [こちらをクリック](#) してください。

## 世界

- ・19万人名超の回答者
- ・企業6,493社を調査

## 回答者

- ・18～64歳
- ・男女比を考慮
- ・25～44歳を中心に採用
- ・学生、就業者、無業者で構成

## 国内(日本)

- ・回答者数5,695名

## 調査方法

- ・オンラインアンケート調査
- ・2021年1～2月

## 調査所要時間

- ・16分

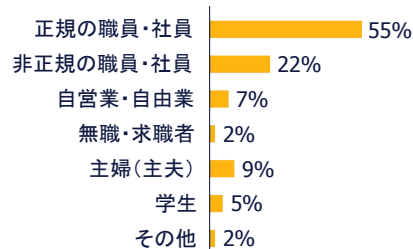
# 日本のサンプル構成

人口統計学的属性(性別／年齢／教育水準)、就業状況、地域

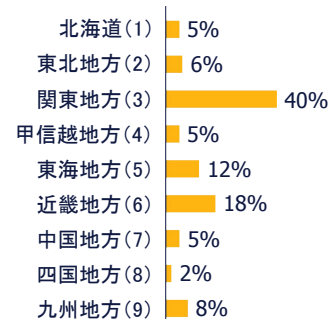
## 性別



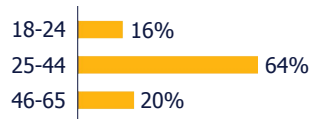
## 就業状況



## 地域



## 年齢



## 教育水準



1. 北海道
2. 東北(青森、岩手、宮城、秋田、山形、福島)
3. 関東(茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、東京、神奈川)
4. 甲信越(新潟、富山、石川、福井、山梨、長野)
5. 東海(静岡、愛知、岐阜、三重)
6. 近畿(滋賀、京都、奈良、大阪、兵庫、和歌山)
7. 中国(鳥取、島根、岡山、広島、山口)
8. 四国(徳島、香川、愛媛、高知)
9. 九州(福岡、佐賀、長崎、熊本、大分、宮崎、鹿児島、沖縄)

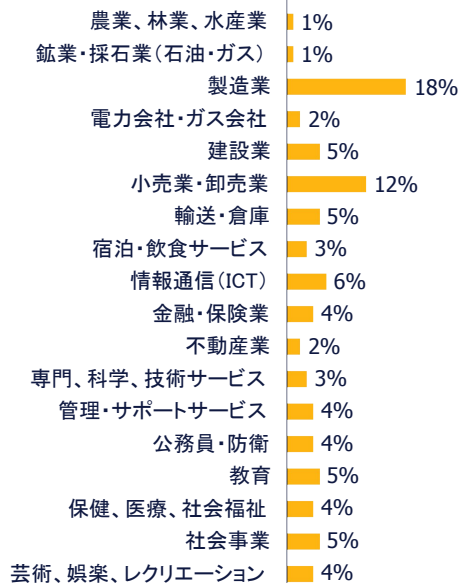
合計サンプル: 5,695

調査期間: 2021年1~2月

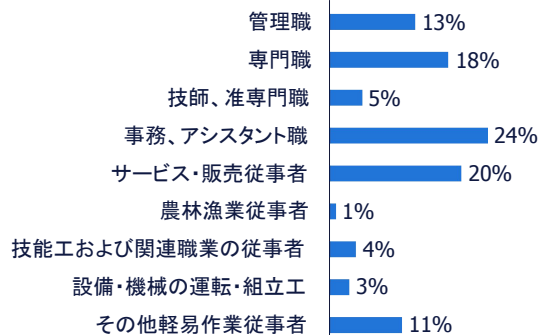
# 日本のサンプル構成

## 業種、職種

### 業種



### 職種



該当回答者: 現在就業中 (n=4,748)





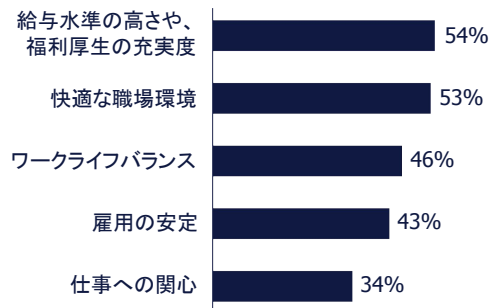
# 日本の調査結果



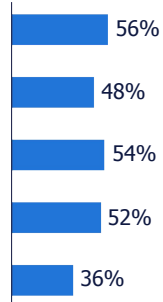
## 雇用主としての魅力

# 勤務先を選ぶ際に 働き手が求めるもの

## 重要視する基準トップ5



## アジア太平洋地域 2021年



## 日本 2020年トップ5

- 01 給与水準の高さ、福利厚生の実度
- 02 快適な職場環境
- 03 ワークライフバランス
- 04 雇用の安定
- 05 就業場所

## 日本 2019年トップ5

- 01 給与水準の高さ、福利厚生の実度
- 02 快適な職場環境
- 03 ワークライフバランス
- 04 雇用の安定
- 05 就業場所

\*注：2021年と前年以前との比較においては、質問の仕方を変更。前年までは16項目の中から重要視するもの5つを選択、2021年は16項目から数の制限なく選択。



# 勤務先を選ぶ際に 働き手が求めるもの

---

## 重要視する基準

### 給与水準・福利厚生、 快適な職場環境

日本では給与水準・福利厚生と快適な職場環境が重要基準の最上位に挙げられました。給与水準・福利厚生は高学歴者の間で特に重要視された一方で、女性や平均的な学歴保持者は快適な職場環境を重要視している傾向でした。

キャリアアップの機会は上位項目には挙がっていませんが、34歳未満、高学歴者はキャリアアップを重要視する傾向があります。新型コロナウイルス対策を講じた安全な職場環境は8位にランクインされました。女性と平均的な学歴保持者は他の属性グループと比べて安全な職場環境を重要視する傾向があります。

アジア太平洋地域の平均的な被雇用者は16の項目のうち、6.4項目を重要視し、一方の日本人の平均的な被雇用者は平均で5.1項目と、前者の方が要求が高いという結果が示されています。

---

社会人口学的属性(性別/年齢/教育水準)別のEVP結果の内訳は [こちらをクリック](#)

---

## 雇用主の提供価値

### 雇用の安定、財務体質の 健全性

日本の被雇用者は、長期的な雇用の安定の点で現在の雇用主を最も高く評価し、財務体質の健全性、快適な職場環境が続いています。反対に評価が低かった項目はリモートワーク制度、キャリアアップの機会、給与水準・福利厚生でした。

在宅勤務制度は女性、24歳未満、低学歴者の方が評価が低くなっています。女性と低学歴者はキャリアアップの機会についても現在の雇用主を低く評価する傾向があります。地域差を見てみると、リモートワーク制度について関東地方居住者は他地域よりも満足度が高いようです。

# 勤務先を選ぶ際に 働き手が求めるもの

---

雇用主が注目すべきポイント

## ワークライフバランス

日本では雇用される側の要望と雇用する側からの提供価値にギャップが見られます。その一つがワークライフバランスですが、被雇用者が重要視しているのに対して、雇用主はそれほど重要視しておりません。地域別では、四国地方居住者の評価の低さが目立ちました。

日本企業はこのずれに目を向け、これを埋めるための対策を講じる必要があるでしょう。また、雇用主から現状提供されている給与・福利厚生についても評価が低く、これらは被雇用者にとって重要な基準です。給与水準・福利厚生は常に上位に挙げられる項目であるため、従業員の要望を検討する際には常に考慮する必要があるでしょう。

---

# 求職者の要望 職種別

## 事務職系

50%

事務職系従業員の50%がワークライフバランスを重要視。現業職系よりも大幅に高い割合が示されています。全体として、事務職系は日本の平均的被雇用者と比べて要求が高い傾向にあります。

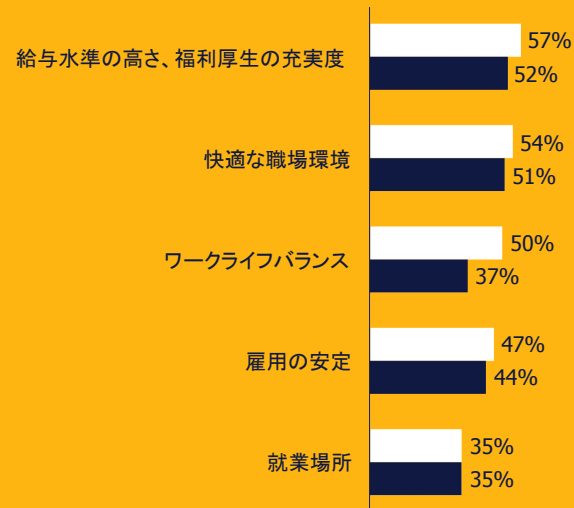
## 現業職系

44%

現業職系の44%が雇用の安定を重要視。事務職系では4位であったのに対して、現業職系では3位です。

※現業系：主に製造業・建設業・物流業・鉱業  
農業・林業・漁業などの業種の生産現場で  
生産工程・現場作業に直接従事する労働者

## 重要視する基準



● 事務職系 ● 現業職系

# 転職の動き



クローズアップ

# 転職の動き

日本ではおよそ10人に1人が転職を検討

日本では2020年後半に被雇用者の5%が転職し、18～34歳でその動きが目立ちました。また、被雇用者の9%が2021年前半の転職を検討し、同じく18～34歳がその中心です。

1番は求人ポータルサイト

転職活動において最も利用されている経路は、求人ポータルサイト(30%)、人材紹介会社(19%)、公共職業安定所(19%)です。LinkedInは選択肢の最下位、あまり利用されていません。



# 転職者・現職続行者にとっての 重要基準 2021

過去6カ月に転職した人の割合

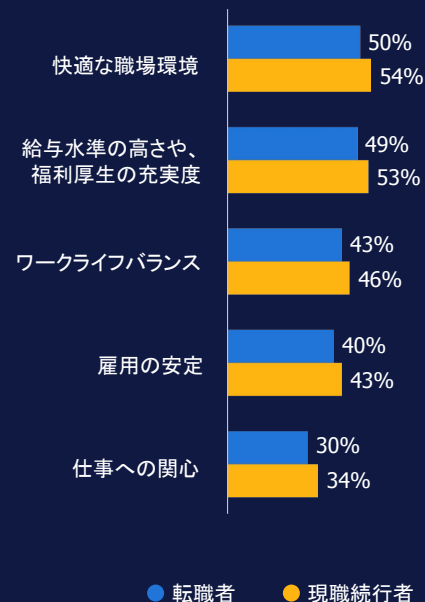
全体の転職者の割合

新型コロナウイルスの影響を受けた人  
の中の転職者の割合

5% < 8%

\* 過去6カ月 = 2020年後半。REBR2021では新型コロナウイルスの影響を把握するため、従来の12カ月のスパンではなく6カ月間の動向を加味。

勤務先に求める最も重要な項目





# 転職の動き 職種別

## 事務職系、転職検討中

8%

2021年前半の転職を検討中の事務職系被雇用者は全体の8%。全体における割合(9%)と大きな差はありません。

## 現業職系、転職者

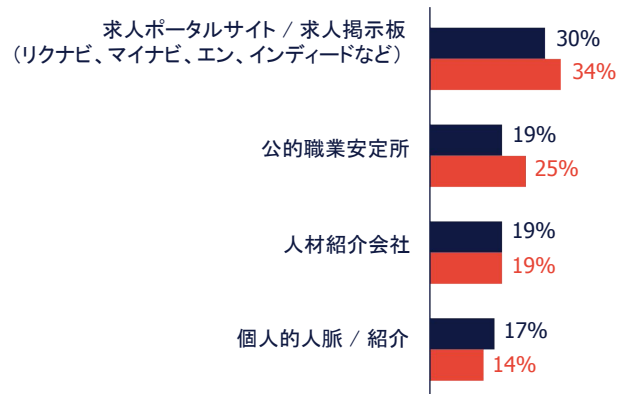
5%

2020年後半、現業職系被雇用者の5%が転職。事務職系の割合(4%)と大きな差はありません。



# 日本で利用されている 転職活動経路

## 転職活動経路トップ5



● 2021

● 2020



# 新型コロナウイルス による影響



# 新型コロナウイルスと 労働市場に与えるその影響

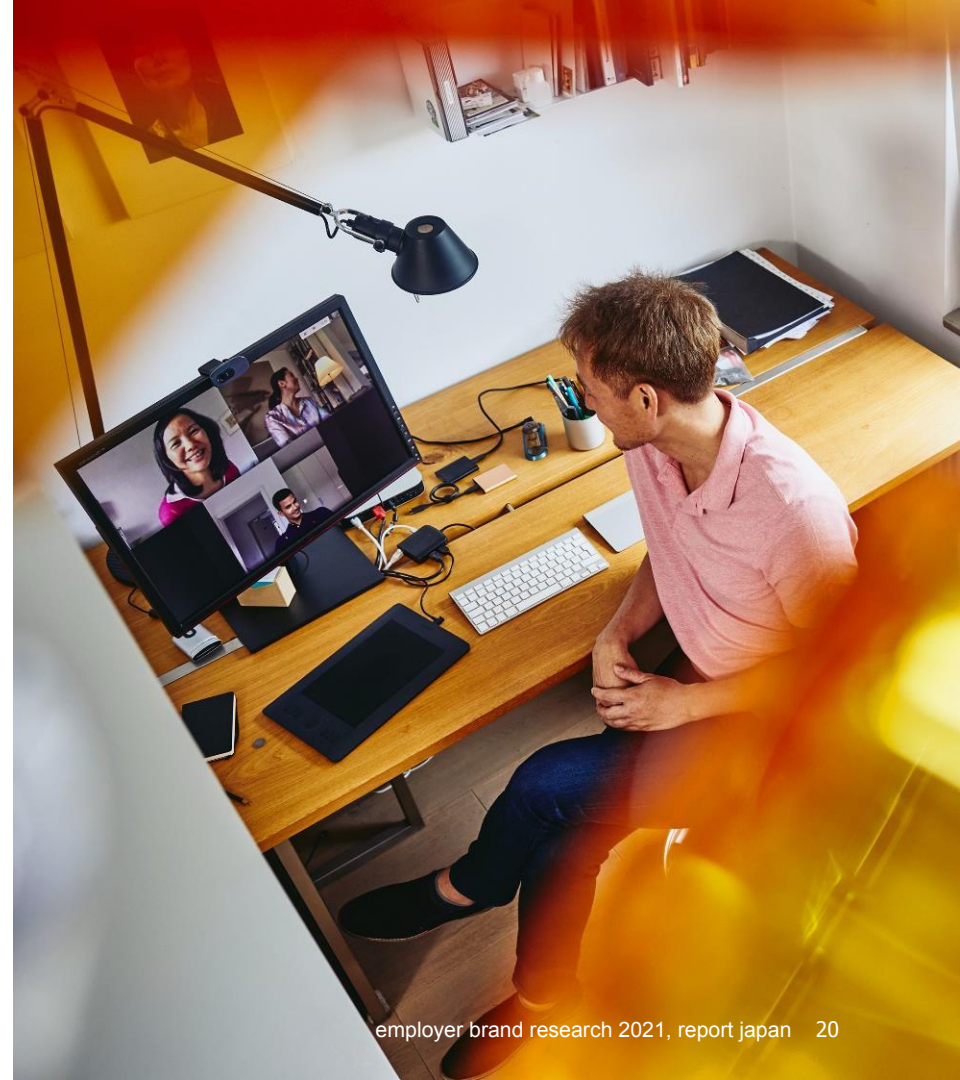
リモートワーク制度は相対的には重要視されていない

日本では特に上位項目ではないものの、全体の23%がリモートワーク制度に魅力を感じています。女性、25～34歳、高学歴者は特にこの項目を重要視する傾向があります。ただしランキングの比較的下位に位置しています。さらに、在宅勤務制度はパートタイム社員(19%)よりも正社員(24%)の間で重要視されています。

コロナ禍で被雇用者の3分の1が

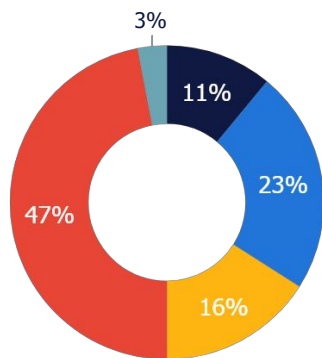
リモートワークを開始(または頻度が増加)

全体の34%の被雇用者がリモートワークを開始し、過半数(56%)は通常通りの勤務を続けました。そのうち47%が自ら判断しリモートワークを開始し、51%は会社側または行政からの指示で開始しました。



# 新型コロナウイルス 対策としてのリモートワーク

新型コロナウイルスを理由に、リモートワークまたは在宅勤務を開始しましたか（または頻度を増やしましたか）？



- はい(完全リモート)
- はい(一部リモート)
- いいえ
- リモートワークできない
- リモートワークできるが、会社から認められていない

日本

21%

リモートワーク勤務者のうち、自分の意思で決めた人の割合

自分の意思でリモートワークを決めた人は、高学歴者(18%)よりも低学歴者(30%)の方が多く、リモートワークを開始した人は男性、高学歴者が中心です。

在宅勤務が可能であるにもかかわらず、会社から認められていない人の割合は3%という結果でした。

業務は職場で行う必要があり、在宅またはそれ以外の場所からのリモートワークはできないと答えた人は全体の47%という結果でした。

アジア太平洋

36%

リモートワーク勤務者のうち、自分の意思で決めた人の割合

アジア太平洋地域については、男性(42%)、55歳以上(49%)が特に自分の意思でリモートワークを開始していました。

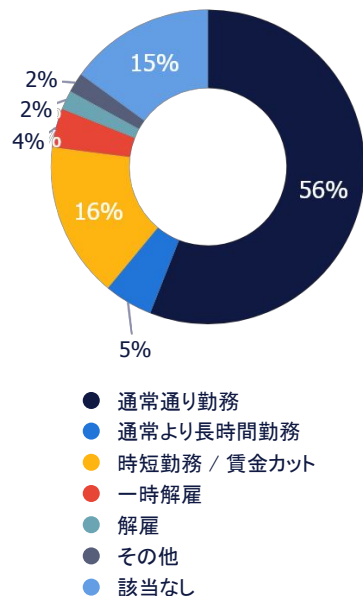
この地域の40%が会社または行政からの指示によりリモート勤務を命じられています。

在宅勤務が可能で、会社から認められていない割合は4%という結果でした。

業務が働く場所で行う必要があり在宅またはそれ以外の場所からのリモートワークができないと答えた人は全体の16%、低学歴者では49%と高い結果でした。

# 新型コロナウイルスの影響による勤務状況の変化

## 新型コロナウイルスの影響による勤務状況の変化



### 被雇用者のほぼ3人に1人が働き方の変化を実感

被雇用者の29%が一時解雇、解雇、時短または長時間勤務を経験したか、あるいはその他の理由により新型コロナウイルスによる働き方の変化を実感しています。

低学歴者(4%)に比べ、高学歴者(6%)の方が通常よりも長時間勤務に変化したという傾向が見られます。

解雇された人の割合は男性(1%)よりも女性(3%)の方が多いという結果が示されています。

18～24歳(26%)は比較的多く、時短勤務または賃金カットを経験しています。

### アジア太平洋

# 33%

新型コロナウイルスにより雇用状況が変わったと考える人の割合

# 2021年は解雇の心配が 転職を検討するきっかけに

15%

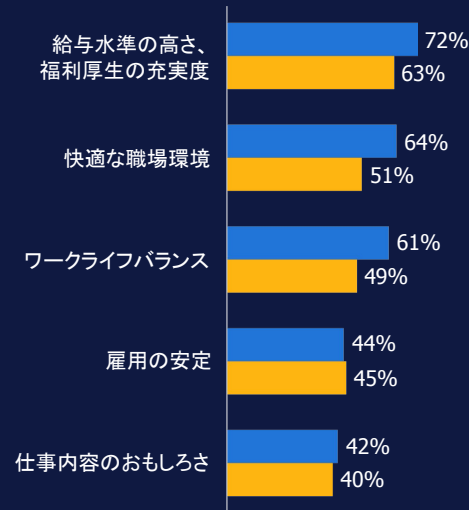
解雇の心配をしている人のうち、向こう6カ月内の転職を検討している人の割合

6%

解雇の心配をしていない人のうち、向こう6カ月内の転職を検討している人の割合

\*向こう6カ月 = 2021年前半。REBR2021では新型コロナウイルスの影響を把握するため、従来の12カ月のスパンではなく6カ月間の動向を加味。

## 重要視する基準



● 解雇を心配する転職検討者 ● 解雇を心配していない転職検討者

# 新型コロナウイルスの影響 を受けた人の転職意向

転職を検討中

2021

9%

向こう6カ月内の転職を検討している人の割合

転職を検討中

2021

15%

新型コロナウイルスの影響で働き方が変化した人のうち、向こう6カ月内の転職を検討している人の割合

\*向こう6カ月 = 2021年前半。REBR2021では新型コロナウイルスの影響を把握するため、従来の12カ月のスパンではなく6カ月間の動向を加味。

新型コロナウイルスの影響で働き方に変化があった場合、一般的な転職希望者(9%)よりも、働き方に変化があった転職希望者(15%)の方が、大幅に高い結果となりました。

また、日本企業の従業員支援やコロナ対応は従業員のエンゲージメントにほんのわずかのプラス影響しか与えていないようです。全体として、エンゲージメントが増したと感じている人は全体の25%、反対に薄れたと感じている人は15%でした。女性(31%)、18~34歳(平均で31%)、中・高学歴者(平均で27%)の間で比較的エンゲージメントが増したと答えています。

会社からの指示によって在宅勤務を開始した人はエンゲージメントが増す傾向があり(29%)、これに対して自分の意思で決めた人のエンゲージメントは18%でした。



# 2021年は解雇の不安 新型コロナウイルスの影響

## 解雇に対する大きな不安

2021年に新型コロナウイルスを理由にした解雇をどの程度心配しているか尋ねたところ、パンデミックは雇用確保において被雇用者に大きな不安を感じさせていることがわかりました。

日本では全体の34%が解雇を心配し、特に若年層（18～24歳、38%）、低・中学歴者（38%）で割合が高まる傾向が見られました。

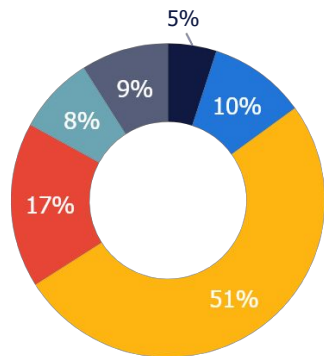
反対に39%は解雇の心配をしておらず、この回答は特に高学歴者（43%）が目立ちました。

解雇を心配する人のうち15%は2021年前半の転職を検討している一方で、解雇を心配していない人の転職検討者はわずか6%という結果でした。



# 企業の従業員に対するコロナ対応による 雇用主へのエンゲージメントの変化

コロナ禍、会社からの手厚い支援で  
エンゲージメントが変わったか？



- 1 - エンゲージメントが薄れた
- 2 - エンゲージメントがやや薄れた
- 3 - エンゲージメントは変わらない
- 4 - エンゲージメントがやや高まった
- 5 - エンゲージメントが高まった
- わからない

リモートワーク形態による  
エンゲージメント率の違い

## 完全リモートワーク

**29%** 完全リモートワーク勤務者のうち、29%  
が会社の新型コロナウイルス対応を通  
してエンゲージメントが増したと感じて  
いると回答しています。

## 一部リモートワーク

**23%** 一部リモートワーク勤務者のうち、23%  
が会社の新型コロナウイルス対応を通  
してエンゲージメントが増したと回答して  
います。

## 会社からの指示による リモートワーク

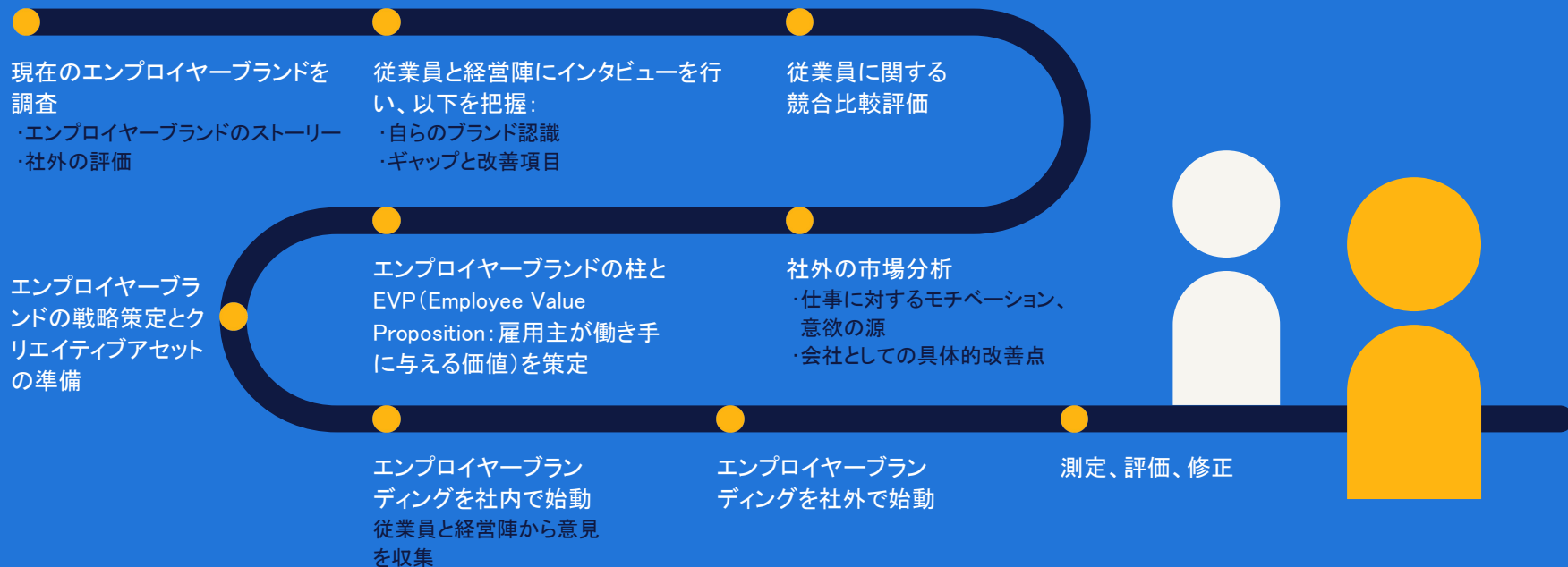
**29%** 会社または行政からの指示によるリモート  
ワーク勤務者のうち、29%が会社の新型コ  
ロナウイルス対応を通してエンゲージメント  
が増したと回答しています。

## 自らの意思による リモートワーク

**18%** 自らの意思によるリモートワーク勤務者  
のうち、18%が会社の新型コロナウイルス  
対応を通してエンゲージメントが増し  
たと回答しています。

# the employer brand roadmap.

## エンプロイヤーブランド・ロードマップ



# エンプロイヤーブランドリサーチ

## 2021日本版 サマリー

当社ランスタッドは世界最大級のHRサービス企業として、従業員から見た企業のブランド:「エンプロイヤーブランド」の調査を世界の34カ国実施させて頂きました。

ここ数年のトレンドとして、優秀な人材が欲しいと企業側のニーズが高くなっていますが、エンプロイヤーブランドを高めていくことは優秀な人材を集める上で、非常に重要なファクターであると我々は判断しております。

従業員側が勤務先に最も求めるものは、「給与水準の高さ」という結果でした。これは、特に高学歴者が重視しています。最近では、企業側も優秀な人材に投資するという攻めるマインドのニュースが報じられ始めており、日本でどこまで変化が起こるか注目されます。

次に「快適な職場環境」の選択が多く、女性が重要視する傾向があり、他国よりも高い割合となりました。女性活躍推進が重視される昨今では、対応を検討している企業にとって重要なポイントと考えられます。

転職の状況としては、2020年後半に会社員のが5%転職し、年齢層としては18～34歳が多くなっています。

新型コロナウイルスにより、テレワークが普及しましたが、23%が魅力的と感じているものの、企業への帰属意識が薄れた割合が15%と、反応が分かれています。

また、雇用への不安で34%が解雇を心配しており、転職を検討する人が多くなっているという結果でした。

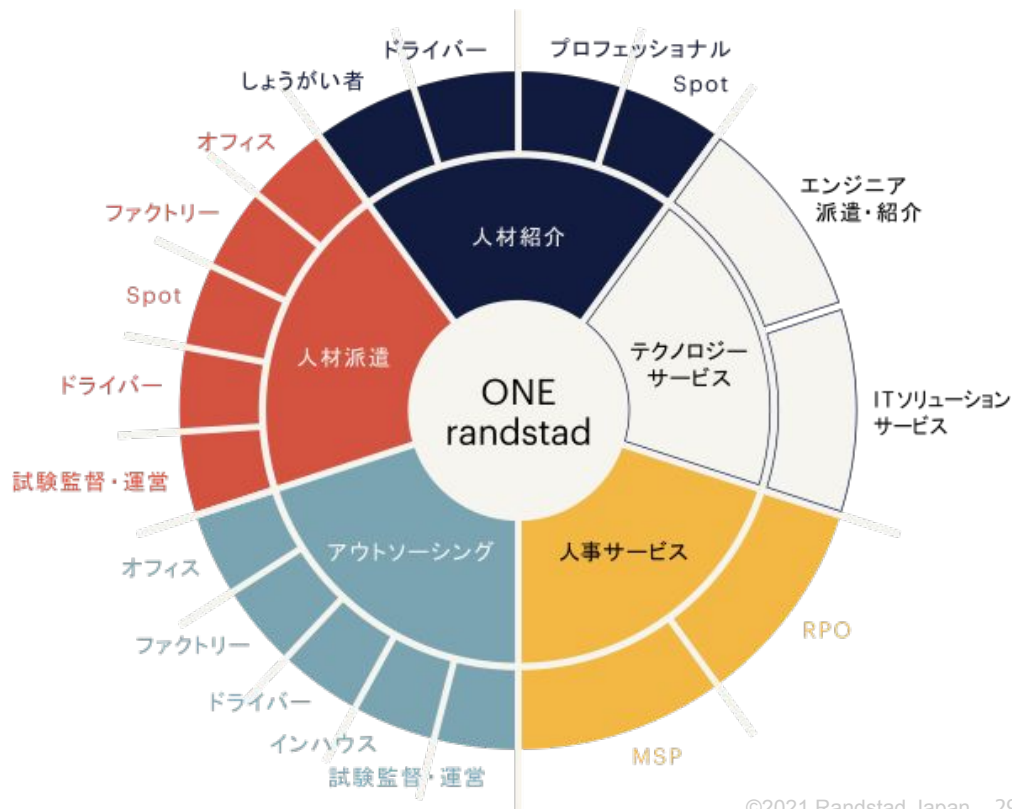
日本では2000年以降、商社、電機など業界ごとに大きな落ち込みを経験する時期がありました。しかし、幾つかの企業は力強い復活を果たしています。そういった企業は、やはり優秀な社員が多く、人材を集めるブランド力のある企業が思い浮かぶのではないのでしょうか。

従業員が求める給与水準の高さ、快適な職場環境を提供することは、優秀な人材を集め、その能力を発揮して長く会社に貢献するためにも、必要であると考えられます。

このレポートを通して、人材が集まる企業:「エンプロイヤーブランド」への理解が高まれば幸いです。

# ランスタッドのソリューション

5つの事業を中心とした  
あらゆる人材ソリューションを  
ワンストップでご提供。  
“ONE randstad”として  
多角的なアプローチで  
課題を解決いたします。



# 全てのメニューをワンストップで提供

	ドライバー	ファクトリー	オフィス	テクノロジー	プロフェッショナル
Spot		Spot 派遣 / 紹介			
短期派遣	ドライバー 派遣	ファクトリー 派遣	オフィス 派遣	エンジニア 派遣・紹介	
長期派遣					
アウトソーシング		請負	委託	エンジニア委託	
ソリューション		インハウスサービス※			ITソリューションサービス
紹介	登録型 人材紹介			サーチ型 人材紹介	

※インハウスサービスは 他社にはない当社独自のノウハウ・コンセプト

# ぜひご相談ください

ランスタッドの調査にはさまざまな示唆に満ちた、同時に複雑な知見が含まれています。ご要望がありましたら本書について詳しくご説明し、私たちの見解をお伝えし、ご質問にお答えします。

ランスタッド(日本)

エンプロイヤーブランドチーム

[dx.insidesales.marketing@randstad.co.jp](mailto:dx.insidesales.marketing@randstad.co.jp)

までお問い合わせください。



# 別紙 1

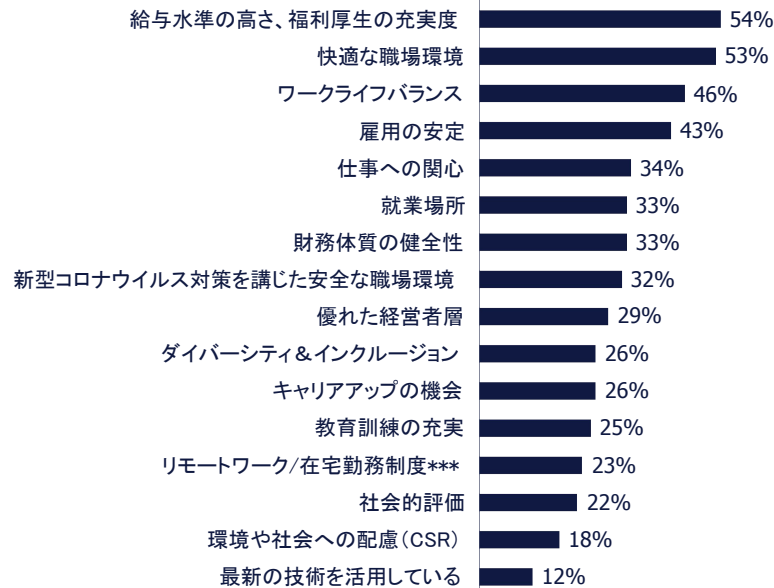
EVP項目を  
より詳しく



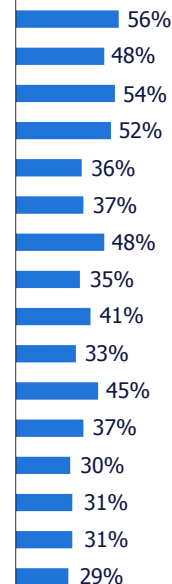


# 求職者の要望 勤務先選びにおいて重要視する基準

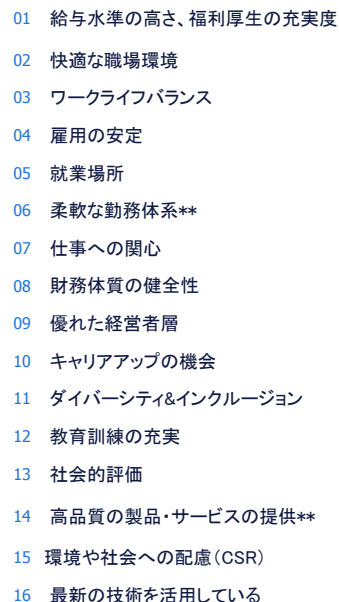
## 重要視する基準



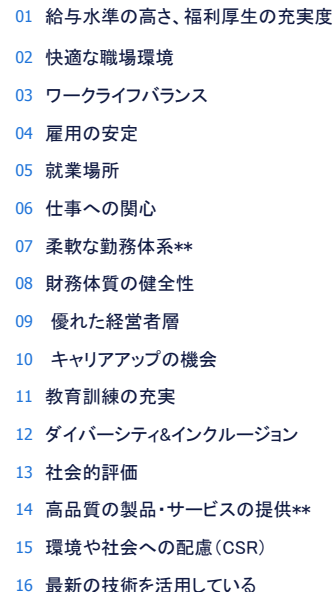
## アジア太平洋 2021



## 日本 2020



## 日本 2019

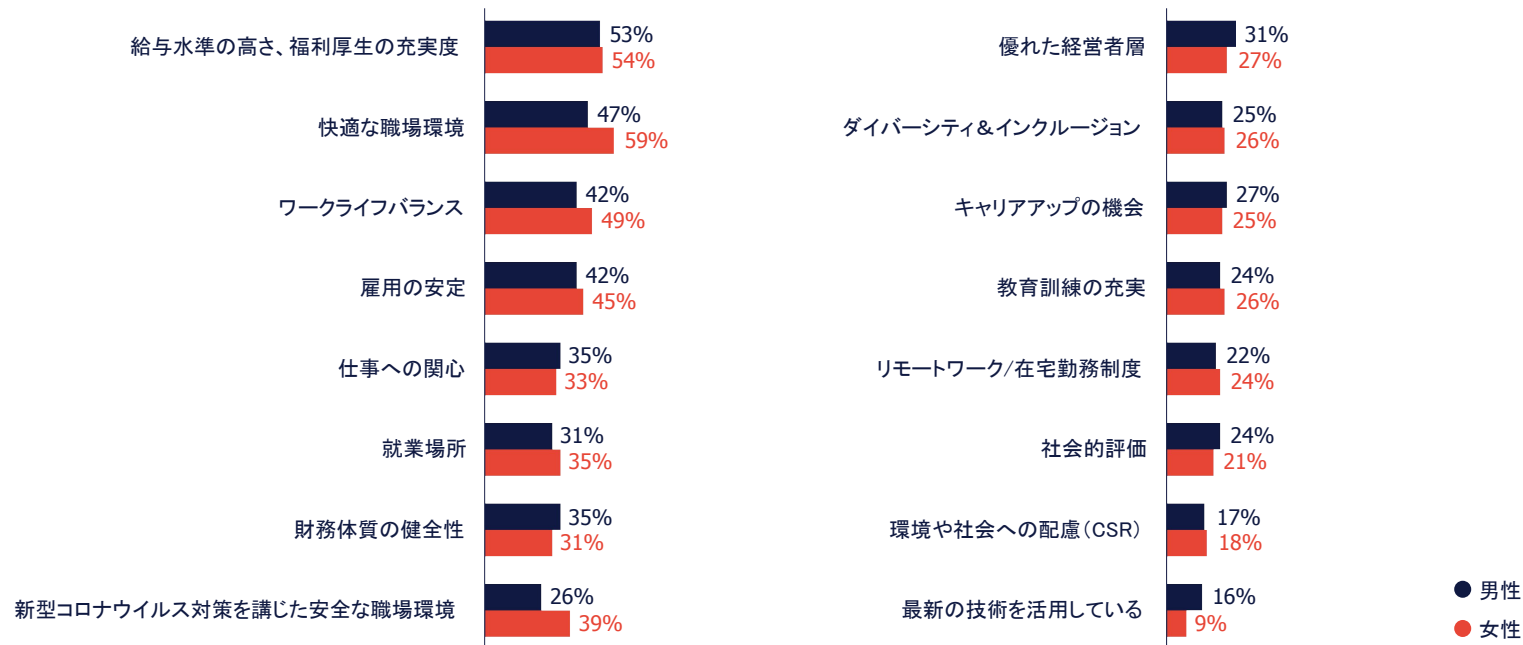


\*注: 2021年と前年以前との比較においては、質問の仕方を変更。前年までは16項目の中から重要視するもの5つを選択、2021年は16項目から数の制限なく選択。

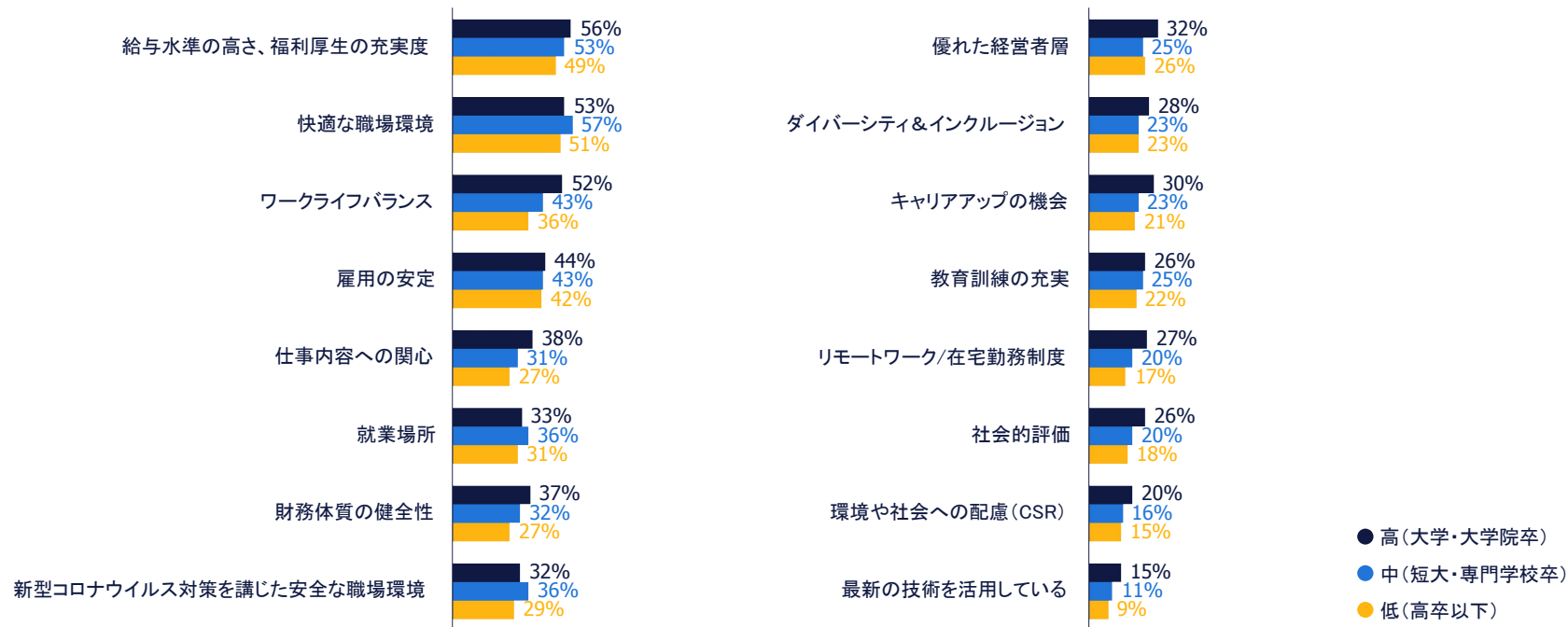
\*\*\*2021年のみ調査

\*\*2021年には調査対象外

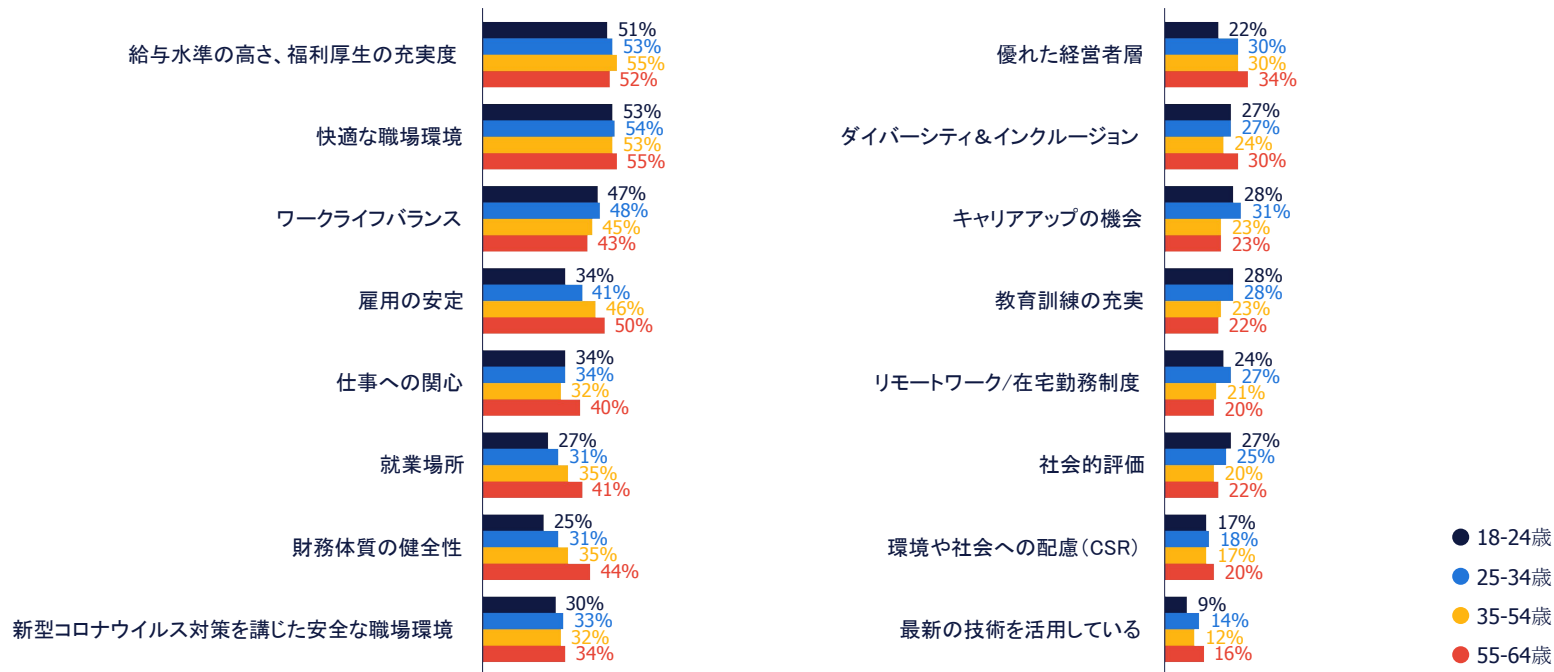
# 重要視するEVP項目 男女別



# 重要視するEVP項目 教育水準別

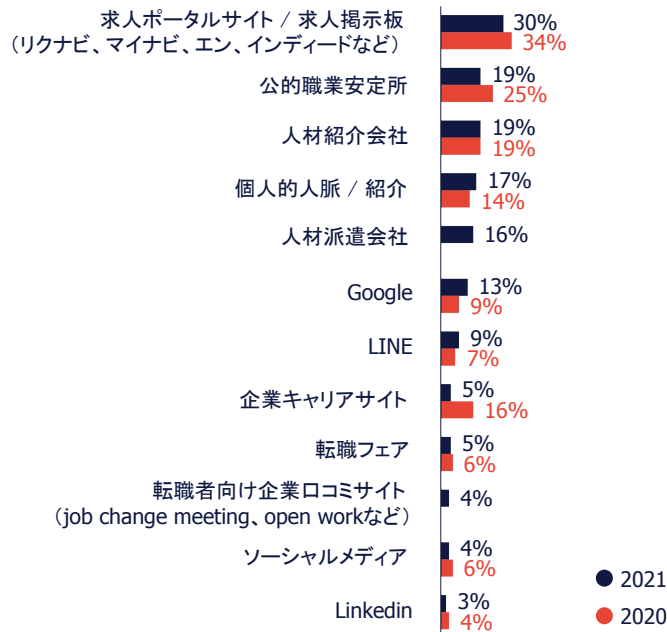


# 重要視するEVP項目 年代別



# 日本で利用されている 転職活動経路

## 転職活動経路



# 別紙 2



雇用主に対  
する評価

# 会社の制度・提供価値に対する認識(日本)

雇用される側の要望と雇用する側からの提供価値のずれを理解することは、エンプロイヤーブランドの構築に非常に有用です。また、現在の会社の制度や会社からの提供価値を従業員がどのように認識しているかについてベンチマーク比較すると、そうしたずれを埋めるための背景をより深く知ることができます。

## 現在の勤務先に対する評価

- 01 雇用の安定
- 02 財務体質の健全性
- 03 快適な職場環境
- 04 社会的評価
- 05 ワークライフバランス
- 06 新型コロナウイルス対策を講じた安全な職場環境
- 07 環境や社会への配慮(CSR)
- 08 給与水準の高さ、福利厚生の充実度
- 09 キャリアアップの機会
- 10 リモートワーク/在宅勤務制度

## 日本企業全般に対する評価

- 01 社会的評価
- 02 給与水準の高さ、福利厚生の充実度
- 03 財務体質の健全性
- 04 雇用の安定
- 05 キャリアアップの機会
- 06 新型コロナウイルス対策を講じた安全な職場環境
- 07 環境や社会への配慮(CSR)
- 08 快適な職場環境
- 09 ワークライフバランス
- 10 リモートワーク/在宅勤務制度

## 理想的な雇用主の特徴

- 01 給与水準の高さ、福利厚生の充実度
- 02 快適な職場環境
- 03 ワークライフバランス
- 04 雇用の安定
- 05 財務体質の健全性
- 06 新型コロナウイルス対策を講じた安全な職場環境
- 07 キャリアアップの機会
- 08 リモートワーク/在宅勤務制度
- 09 社会的評価
- 10 環境や社会への配慮(CSR)

# 会社の制度・提供価値に対する認識(日本・アジア太平洋地域)

雇用される側の要望と雇用する側からの提供価値のずれを日本とアジア太平洋地域とで比べてみると、エンployヤーブランド構築の価値ある情報源になります。

## 被雇用者の認識における 日本企業の提供価値

- 01 社会的評価
- 02 給与水準の高さ、福利厚生の実度
- 03 財務体質の健全性
- 04 雇用の安定
- 05 キャリアアップの機会
- 06 新型コロナウイルス対策を講じた安全な職場環境
- 07 環境や社会への配慮(CSR)
- 08 快適な職場環境
- 09 ワークライフバランス
- 10 リモートワーク/在宅勤務制度

## 被雇用者の認識における アジア太平洋地域企業の提供価値

- 01 財務体質の健全性
- 02 雇用の安定
- 03 キャリアアップの機会
- 04 社会的評価
- 05 新型コロナウイルス対策を講じた安全な職場環境
- 06 給与水準の高さ、福利厚生の実度
- 07 環境や社会への配慮(CSR)
- 08 快適な職場環境
- 09 ワークライフバランス
- 10 リモートワーク/在宅勤務制度





# appendix 3



methodology.

# employer brand research set up.

## 調査設計

### 回答者1名あたり 企業30社について

“この企業を知っていますか？”：  
認知度を特定。

### 認知されている 各企業に対して

“この企業で働きたいですか？”：  
魅力度を特定。

### 認知されている 各企業に対して

一連の指標に基づく評価を実施：  
魅力の理由を特定。

### スマート サンプリング

- ・回答者には30社が表示
- ・企業はブランドを知っている回答者によって評価

### 10の指標

各企業は、以下の項目に基づいて評価されます：

- 01 財務体質が健全である
- 02 新型コロナウイルス対策を講じた安全な職場環境
- 03 社会的評価が高い
- 04 長期にわたる安定した雇用機会がある
- 05 キャリアアップの機会がある
- 06 環境や社会に配慮している (CSR)
- 07 リモートワーク/在宅勤務制度
- 08 職場環境が快適である
- 09 ワークライフバランスが実現しやすい
- 10 給与水準が高く、福利厚生が充実している

KANTAR | For this research, Randstad partners with Kantar, one of the world's largest insight, information and consultancy networks.

# エンプロイヤーブランドの参考文献

- 1  
<https://hbr.org/2016/03/a-bad-reputation-costs-company-at-least-10-more-per-hire>
- 2  
<https://www.betterteam.com/blog/employer-branding>
- 3  
<https://www.slideshare.net/JWTINSIDE/culture-scape-1028-sm>
- 4  
<https://www.pwc.com/qx/en/ceo-survey/2015/assets/pwc-18th-annual-global-ceo-survey-jan-2015.pdf>
- 5  
<https://www.webershandwick.com/uploads/news/files/EmployerBrandCredibilityGap.pdf>
- 6  
[https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en\\_us/c/pdfs/ultimate-list-of-employer-brand-stats.pdf](https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en_us/c/pdfs/ultimate-list-of-employer-brand-stats.pdf)
- 7  
[https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en\\_us/job-switchers/PDF/job-switchers-global-report-english.pdf](https://business.linkedin.com/content/dam/business/talent-solutions/global/en_us/job-switchers/PDF/job-switchers-global-report-english.pdf)
- 8  
<https://business.linkedin.com/talent-solutions/blog/2011/12/whats-the-value-of-your-employment-brand>
- 9  
<https://www.webershandwick.com/uploads/news/files/EmployerBrandCredibilityGap.pdf>

randstad

human forward

