

ソーシャルリクルーティング

阿部 志菜子, 上南 遼平
Shinako ABE, Ryohei JONAN

1 はじめに

1990 年代後半に日本初の求人サイト「リクナビ」が誕生して以来、日本での就職・採用活動は求人広告や求人サイトなどを用いて行う方法が主流である。近年、Facebook や Twitter などのソーシャルメディアの利用率は増加の一途を辿っており、就職活動を行う学生の多くがソーシャルメディアを利用している。そのため、企業側もソーシャルメディアでの情報発信や採用活動を行っており、就職活動を行う学生側もソーシャルメディアを活用している。このように、就職・採用活動においてソーシャルメディアの活用は不可欠なものとなってきている。また、米国では日本よりも早くからソーシャルメディアを用いた採用活動が活発に行われている。こうしたソーシャルメディアを活用した就職・採用活動、すなわちソーシャルリクルーティング (以下 SR) は、今後さらに活発になっていくことが予想される。

2 ソーシャルリクルーティング

SR とは、ソーシャルメディアを活用した就職・採用活動のことである。Fig.1 に、従来の就職・採用活動と SR との比較を示す。また、Fig.2 に、従来の就職・採用活動と SR の採用工程の比較を示す。

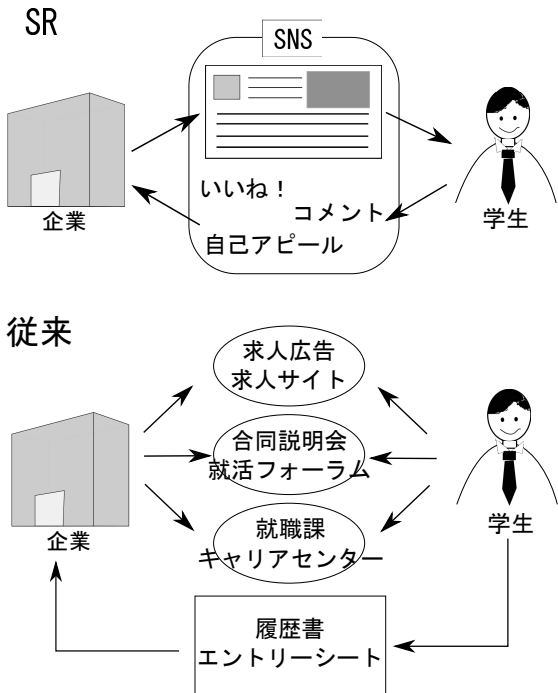


Fig.1 就職・採用活動の手段の比較

従来の採用工程

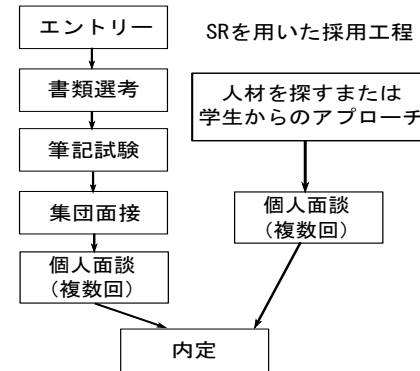


Fig.2 採用工程の比較

Fig.1 のように、採用するにあたって就職希望者がどのような人材かを見極めるために多くの採用工程を必要としている。また、Fig.2 のように、従来の就職・採用活動では、企業が発信した情報を学生側が受信するだけである。SR では互いに情報を発信し双方向コミュニケーションをとることで、企業側学生側が互いに相手のことをより深く理解できるようになるため、自社に適した人材を見極めることが容易になる。これにより大幅な採用工程の縮小ができる。SR を用いると、以下の 3 点のような利点がある。

- タイムリーな情報収集
ソーシャルメディアの特徴として、手軽に投稿ができることが挙げられる。企業がソーシャルメディアを用いることで頻繁に情報が更新され、学生は新しい情報をすぐに収集することができる。
- 自己の情報の発信
ソーシャルメディア上にプロフィールを記載したり、企業の投稿に反応することによって、履歴書やエントリーシートではわからない自分の情報を学生は発信することができる。
- 雇用のミスマッチの防止
双方向コミュニケーションを行う事により、情報交換が頻繁に行われ互いの理解を深めることができる。それにより、ミスマッチを防止することができる。

3 活用事例

3.1 現状

日本における SR で最も用いられるソーシャルメディアは Facebook である。多くの企業が Facebook ページを作成し、情報収集や採用活動を行っている。また、一部

の企業では、ソフトウェア開発プロジェクトのための共有ウェブサービス GitHub のアカウントでエントリーを行い、GitHub 上の成果で選考を行っている。企業側が SR を始めた理由として、アカウント開設が無料なソーシャルメディアを用いての低コストな採用活動と高い費用対効果の見込みが挙げられる。日本で主流の Facebook ページや Twitter アカウントの開設は、企画力の高いコンテンツや役立つ情報を頻繁に更新する必要がある。これにはコンテンツの運営費や情報収集をする時間がかかり、企業が望むコストの削減や費用対効果がすぐに表れるケースは稀である。ビジネス特化型の SNS もあるが、日本では Facebook にいいね！やコメントをすることに留まっている。

一方海外ではビジネスに特化した SNS が多く用いられている。その中でも米国は SR 先進国と言われている。米国企業の約 7 割が SR が行っており、そのほとんどが LinkedIn を用いている¹⁾。

また現在、より企業に適した人材を楽に探すために、機械学習を用いたソーシャルメディアが開発、研究段階である。

3.2 LinkedIn

米国で最も多く用いられているソーシャルメディアが人脈、ネットワークを広げることに特化した LinkedIn である。日本では、パナソニックが 2013 年 8 月に LinkedIn を用いての採用を導入している²⁾。導入背景として、海外採用においてはスピードが重要であり、その中で LinkedIn が最適なツールであると考えられたからである。SR が浸透している北米では大きな成果を上げており、他の拠点でも実績が出始めている。

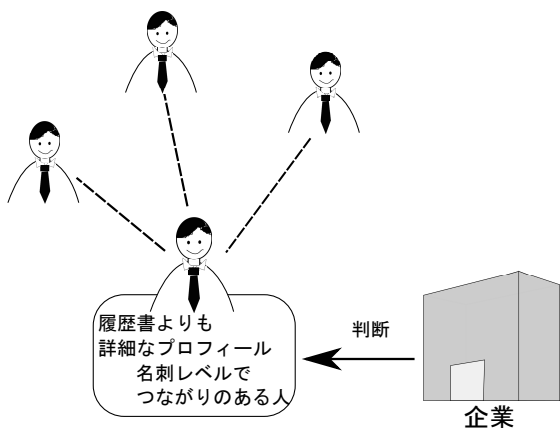


Fig.3 LinkedIn を用いた採用までの流れ

3.3 TalentBase

2015 年 3 月、アトラエとブレインパッドが共同開発した新しい SR サービス「TalentBase」がリリースされた。これは既存のサービスを改良したもので、500 万人分のソーシャルデータと人工知能を用いて人材を探すことができるサービスである。活用するソーシャルデータ

は Facebook, Twitter, LinkedIn, GitHub, プログラマのための技術情報共有サービス Qiita の 5 つのサービスの利用状況である。これらの情報をもとに、以下の 3 項目のスコアを算出する。また、その算出方法を示す。

- ソーシャル：Facebook でいいね！された回数とその人にいいね！した人の重要度の掛け合わせ
- ビジネス：Facebook の被いいね！数とフォロワー数の掛け合わせ
- 技術：GitHub と Qiita の被フォロワー数

自社で活躍する社員や興味のある人材を登録すると、人工知能がその情報をもとに自社に合った人材を抽出し、各社専用のタレントプールで管理をしてくれる。そのレコメンドされた人材を取捨選択することによって、企業に合った人材像を人工知能が学習していく。Fig.4 に TalentBase のイメージ図を示す。

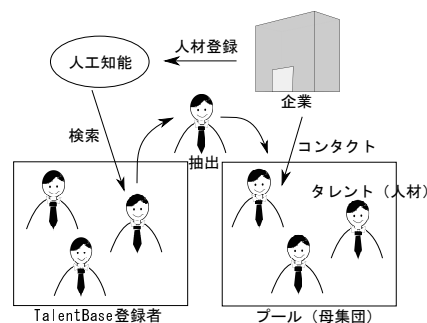


Fig.4 TalentBase イメージ図

人材の抽出精度はまだ低く、TalentBase のみで採用判断を行える段階ではない。しかし今までリーチできなかったが、会って話をしてみたいという潜在的な人材を発掘することが格段に効率的になる。

4 今後の展望

世界的にはビジネス特化型の SNS を用いた SR は今後も活発に行われていくと予想される。日本では Facebook や Twitter を用いた SR を、従来の方法と並行して用いられていくと考えられる。ビジネスをカジュアルに捉える風習は日本にはないため、LinkedIn のようなビジネス特化型 SNS を用いた SR が普及していくのはまだまだほど遠い。

参考文献

- 1) Social recruiting survey results 2014 - jobvite.
https://www.jobvite.com/wp-content/uploads/2014/10/Jobvite_SocialRecruiting_Survey2014.pdf
- 2) パナソニック株式会社 linkedin 導入事例 - linkedin japan.
<http://www.slideshare.net/linkedinjapan/panasonic-case-study20140301/>