

# 日本ネット 経済新聞

Nihon Net Keizai Shimbun

2011年11月24日号

(週刊・毎週木曜日発行)

第0198号

発行所 日本流通産業新聞社

〒103-0026 東京都中央区日本橋兜町11-11 ニュースビル  
TEL. 03(3569)2421(代表) http://www.bci.co.jp  
年間購読料23,000円(税込) 記事・デザインの無断転載を禁じます。

## SNSで学生と交流、情報を拡散

# ソニー活戦線広がるか

ソーシャルメディア(以下SNS)を活用した社員採用活動に力を入れる企業が増えている。学生へのSNSの浸透や新卒採用期間の短期化が背景にある。SNSを活用して学生との交流を深め、優秀な社員を獲得につなげる手法とはどんなものなのか。各社の具体的な活用事例から、今後の採用活動の潮流を探ってみる。

### 最も多い内容は社内情報の発信

リクルート(本社東京)は1月13日、11年のトレンド予測の中で「今年はソニー活戦線になる」と発表した。「ソニー活」とはツイッターやフェイスブック(以下FB)などのソーシャルメディアを活用した就職活動のこと。ツイッターを活用した企業は昨年からあったが、今年は美空NSであるFBが浸透して来たという。さらに活用が進んでいる。すでに400社以上が採用のFBページを開

の方に応募してもらいたいと考えている(リクルートHRマーケティング採用担当) 経団連に所属する国内企業747社(11月17日現在)が倫理憲章に賛同している。短くなる採用期間を見越して、募集開始前に学生へ認知を図る媒体としてFBが注目されている。

### ゲームや検定で情報拡散

社内情報発信以外にも、ユニークな取り組みで学生の関心を集める企業がある。大和証券(本社東京都)は、採用向けのFBページ内で投資ゲームアプリを提供している。ゲームを通して株式投資について学んでもらい、証券会社の社

率に関心を持ってもらうという狙いだ。同じアプリでもテレビ東京は、クイズ形式でテレビ業界の知識を深めるコンテンツ「テレビマン検定」を提供している。学生は楽しみながらテレビ業界について学び、さらに検定結果をFB上に公開

主な企業の採用専用FBページ ファン数ランキング

順位	会社名	業種	ファン数
1	日本生命	保険	4,563
2	リクルート	広告	3,969
3	大和証券グループ	証券	3,866
4	ポケモン	ゲーム	3,521
5	日本テレビ	テレビ	2,690
6	P&G	メーカー	2,663
7	ニトリ	小売	2,625
8	第一生命	保険	2,543
9	日本IBM	メーカー	2,352
10	リクルートHRマーケティング	人材・教育	2,272
11	東京海上日動	保険	2,099
12	住友生命	保険	1,454
13	マクドナルド	IT	1,334
14	NTT東日本	通信	1,326
15	DNP大日本印刷	印刷	1,319
16	テレビ東京	テレビ	1,171
17	リクルートエージェント	人材	1,171
18	ジェイアール東日本企画	広告	1,145
19	ホンダ	メーカー	1,107
20	オルビス	美容	1,090

※ファン数は採用専用FBページの「いいね!」ボタンを押したユーザー数のこと。調査は11月22日現在の数字。

する上で友達にも広げる効果に期待している。テレビ局志望の学生は検定の周知を並行して受けている。アプリを通して自社の活動を周知することで優秀な学生の応募拡大を目指す

テレビ東京の採用専用FBページの掲載を支援するフリーエージェントは、学生が「採用専用FBページ」をフォローすると、最新の採用情報や企業情報を受け取れるという。また、企業側が「採用専用FBページ」をフォローすると、最新の採用情報や企業情報を受け取れるという。

リアルで集客 1対1で交流 配信内容だけでなく、学生への認知において「いいね!」の獲得に力を入れている。ネットリサーチ大手のネットリサーチ(本社東京都)は、リアルでの採用活動の誘導を強化している。

な、ベンチャー企業に、学生と親密な関係が戦略としてある。若く社員が活躍を奨励している。学生との接点は他にもある。ある企業は、採用ページに「いいね!」を押した学生に、個別の企業や採用ページに関する情報を提供する。別の企業は、採用ページに「いいね!」を押した学生に、個別の企業や採用ページに関する情報を提供する。

情報発信が成功している。12月からの採用活動開始に向け、FBページを準備している企業も多い。SNSを活用した採用活動を行っている企業は数少ないが、取り組みの成果が出ている。SNS上での採用活動は広がりを見せかけた。

「いいね!」ボタンを押した学生との交流の場として、FBページを活用している。このほか、深い関係性を築き、交流を深める学生は「いいね!」を押した学生に、個別の企業や採用ページに関する情報を提供する。別の企業は、採用ページに「いいね!」を押した学生に、個別の企業や採用ページに関する情報を提供する。

採用支援を行うリクルートHRマーケティング(本社東京都)は、採用専用FBページを開く企業が増えている。学生へのSNSの浸透や新卒採用期間の短期化が背景にある。SNSを活用して学生との交流を深め、優秀な社員を獲得につなげる手法とはどんなものなのか。各社の具体的な活用事例から、今後の採用活動の潮流を探ってみる。