

日本のビジネス SNS はアメリカ型へと進化できるか？ 国内初！SNS 上でのスカウトサービスが始動

日本のビジネス SNS に欠けているものとは

SNS 発祥の地アメリカでは企業の採用手段・ユーザーのキャリア形成手段としてビジネス SNS が活用されている。例えば、会員数 2,200 万を超えるアメリカ最大手のビジネス SNS「LinkedIn」では、企業の採用担当者・ヘッドハンター合わせて 13 万人のリクルーターが登録しており¹、SNS を通じてユーザーへアプローチしている。また採用に関するメッセージをリクルーターから受けたユーザーの約 60% 以上は、そのメッセージに応答している。²

一方、日本におけるビジネス SNS の活用の状況はどうだろうか。確かにビジネスパーソン向けの SNS は数多く立ち上がり、現在も継続的に運営されているが、ビジネスパーソンのキャリア形成手段として十分に活用されていないというのが現状ではないだろうか。

国内初！ビジネス SNS を舞台としたスカウトサービスを始動

「日本のビジネス SNS は単なるコミュニケーションツールで終わるのか……」そうした声が聞こえてきそうな現状を打破するサービスが登場した。国内最大手のスカウト会社レイス株式会社(東京都千代田区 代表:藤 修)が自社の運営するビジネス SNS「wizli(ウィズリ)」(<http://wizli.jp/>)上でのスカウトを開始したのだ。

サービスの仕組みは以下の通り。スカウトを手がけるレイスのエージェントが、「wizli 公認レイススカウトエージェント」として wizli 上を巡回し、公開された社名・役職・年齢等のプロフィールや日記から、スカウトの対象となるユーザーを判別。対象ユーザーに対してメッセージを送付する。対象ユーザーが興味をもって応じた場合は面談へと進む。

2007 年のオープン以来、オフィシャル交流会などの公式イベントを通じて、レイスはユーザーの傾向を検討し続けてきた。その結果、「キャリア形成に興味はあるが、SNS 上では積極的に行動できていないユーザーが多い」という傾向を把握。キャリア形成につながるサービスへのニーズがあると判断し、このたび wizli 上でのスカウトサービスを開始することとなった。

日本のビジネス SNS はアメリカ型へと進化を遂げられるか？

今回レイスが提供するビジネス SNS 上でのスカウトサービスは、日本の SNS で行われる初めての試みである。SNS をキャリア形成に活用する文化はアメリカ同様に根付くのか。オープン 2 年目を迎えた wizli の今後の動向に注目が集まる。

【出典・引用】

1 は LinkedIn 公式 HP http://www.linkedin.com/static?key=press_info_2007 より引用

2 は LinkedIn プレスリリース http://download.linkedin.com/corporate/product/sales/linkedin_recruiter_wv.pdf より引用

レイス株式会社

【代表者】代表取締役 藤 修 【本社所在地】東京都千代田区有楽町 1-1-3 東京宝塚ビル 9 階

【会社設立】1997 年 10 月 【資本金】2 億 2,822 万円 【売上高】32 億 6,800 万円(グループ連結、07 年 9 月期)

【社員数】250 名(グループ連結、08 年 4 月 1 日現在) 【URL】<http://www.race2005.jp/>

詳細の問い合わせはコチラ

レイス株式会社 広報 熊本 [E-mail] kumamoto@race2005.jp [電話番号] 03-5511-4500 [URL] <http://wizli.jp/>