

ケーススタディ パナソニック株式会社

“パナソニックがLinkedInを採用したきっかけは、世界から優秀な人材を獲得するにあたり、欠かせないツールになっていくと確信したからです。”



「パナソニックがLinkedInを採用したきっかけは、世界から優秀な人材を獲得するにあたり、欠かせないツールになっていくと確信したからです。とりわけ海外のキャリア採用では、スピードが重要です。優秀な人材の採用がますます激化する中、最適な手法を駆使して事業に必要な人材を迅速に供給するのが我々のミッションであり、その中でもLinkedInは素早いアプローチで適切な人材の採用につなげられるのではないかと期待しています」



グローバル&グループ採用センター 所長
行岡正恭

導入前の背景

パナソニック株式会社(以下、パナソニック)では、人材採用をグローバル&グループ採用センターで統括している。企画チーム、採用チーム、海外採用チームという大きく3つの機能に分かれており、今回はまず海外採用チームでLinkedInの活用を進めていこうとしている。当チームのミッションは、海外各拠点での採用を進めて行くにあたり、横断的に整備しておいた方が効率的な仕組みやインフラ、手法を浸透させ、ベストプラクティスを水平展開し、グローバルで優秀な人材の確保を効果的に推進していくことである。

パナソニックがLinkedInを導入したきっかけは、今後世界から優秀な人材を獲得するにあたり、欠かせないツールになっていくと感じたからだという。導入を決めたのは2013年8月からだが、先進的なツールであり、日本国内で他社に先駆けて導入することによって、採用に対するスピーディーな姿勢、イノベティブなイメージをアピールしたいという狙いもあった。グローバル&グループ採用センターの行岡正恭所長は「LinkedInが潜在層にアプローチできる採用手法であるのも重要なポイントでした。海外のキャリア採用ではとにかくスピードが重要です。優秀な人材採用はますます難しい状況になっており、様々な手法を駆使し、事業に必要な人材を

課題

- ・ 優秀な人材をスピーディーに採用できる方策を模索
- ・ パナソニックグループとしてグローバルな規模を活かした採用活動を推進
- ・ 新しいパナソニックのブランドイメージ、方向性を採用面からも発信

LinkedInを導入した理由

- ① 優秀な人材の獲得
転職潜在層にアプローチすることで、優秀な人材を効果的に発掘していくことが可能
- ② グローバルなプラットフォーム
グローバル、グループ全体における統一プラットフォーム上での採用活動の推進が可能
- ③ 採用ブランディング
会社ページを活用し、企業の情報を積極的に発信し、ブランドの向上を図ることが可能

効果

北米におけるキャリア採用は、8割がLinkedIn経由で採用実績を上げている。ブラジル、インドでも実績ができ、他地域への展開を進めている。

タイムリーに供給するのが我々の仕事であり、その点でもLinkedInは素早いアプローチで採用につながられるのではないかと期待しています」と語る。

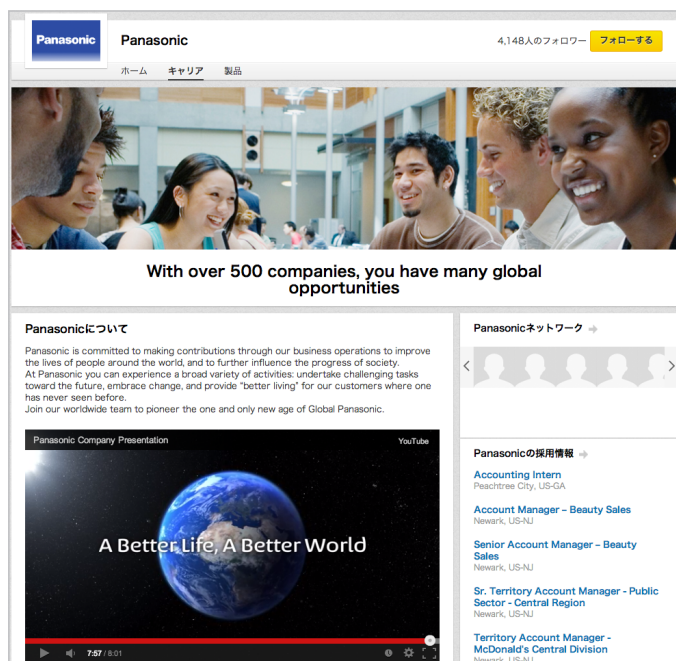
効果

北米では既に大きな成果を上げており、ブラジル、インドでも実績が出始めるなど、こうした成果からさらなるグローバル展開を推進して行こうとしている。「北米ではLinkedInの登録数や浸透率も高いこともあり、キャリア採用の実に80%がLinkedInを通じて行なわれています。日本国外では他の拠点でも実績があり、効果を疑う余地はありません」

また、現在、海外会社での採用においては、個別の仕組みやリソースをそれぞれが独自に運用しているが、今後、グローバル・グループ標準のプラットフォームを活用することができれば、グループとして、採用面でのスケールメリットが得られるのではないかと期待している。

これまで各海外拠点が個々にLinkedIn上に会社ページを設けるケースはあったが、それらをまとめる形で本社で新たに会社ページを立ち上げ、グループ全体で統一した運用を行おうとしている。具体的には、パナソニックの会社ページに各地域の会社ページをリンクさせていく形をとる。「考え方としては、本社が紹介する総合採用ツールとして位置づけ、使用にあたっての相談窓口やルール作りを行っていくことで、より活用しやすくすることを狙っています。最終的に活用するかどうかの判断はもとより、最適化については現地に任せるつもりです」

パナソニックでは採用ブランディングの確立にもLinkedIn会社ページを活用している。



パナソニック株式会社の会社ページ

「実際の作業は海外採用チームが中心になって進めて行きますが、採用だけが先行するわけにはいかないので、コーポレートブランド部門と連携しつつ、調整を行っていきます。会社に関する様々な情報を発信していくことでフォロワーを増やし、自社ウェブサイトと合わせて情報発進力を増やせれば、パナソニック全体での採用ブランドを高めることにもつながると考えています」

最後に、パナソニックではLinkedInの更なる可能性について、このように述べている。

「LinkedInを通じて採用マーケットの動きが展望できるということはもとより、このネットワークは世界的なプロフェッショナルとソーシャルな関係を結ぶことができる情報共有、交換の場として大変有効です。採用業務での活用も然りですが、当社のような規模の組織では、どうしても社内でのネットワークに安住しがちであり、社外との連携や異能スキル交流など変革を産む環境作り、開かれた組織風土作りのためにも活用していきたいと思います。」行岡所長自身もLinkedInに登録したところ、同僚や現在のビジネス関係先はもちろん、数年前に海外に赴任していた時にビジネスで接触したことがある他社の人がつながり先として提案されたことに驚いたという。

今後について

パナソニックではさらなるグローバル展開と国内での利用に向けて準備をしている。

「日本に本社を持つ大企業で、LinkedInのようなツールを使ってグローバル採用を進めて行くというところはまだ少ない状況です。採用競争が激しくなる中で、常に先手を打っていかねばなりません。特に国内キャリアにおける採用手法は海外に比べるとまだまだ大きな変化はありません。そうした環境下で、パナソニックがいち早くLinkedInを使うことで日本の採用市場を活性化できれば、今までリーチできなかった人と接触ができるようになるなど、自社のみならず、国内採用・求職慣行の構図の変化にもつながるのではないかと期待しています」

企業プロフィール

パナソニック株式会社は、家電製品を中心に、そこに使われる電子部品、設備機器、システム機器や各種サービス、さらには住宅に至るまで、くらしをとりまく幅広い製品やサービスを提供し、より豊かなくらしや社会の発展に貢献することを目指している。これまで培ってきた家電のDNAを継承しながら、住宅をはじめ、社会、ビジネス、旅、自動車など多様な空間・領域で、これまでになかった新たな価値を生み出すために国内外のお客様、そしてグループ会社との連携のもと、未知の世界を切り拓く熱い思いを持って変革に挑んでいる。

LinkedIn人材採用ソリューションの事例やサービス概要については、<http://business.linkedin.com/talent-solutions> (英語)をご覧ください。