

採用担当者必見！ 調査会社が教える人材選びに有効なSNS調査

2018/02/09

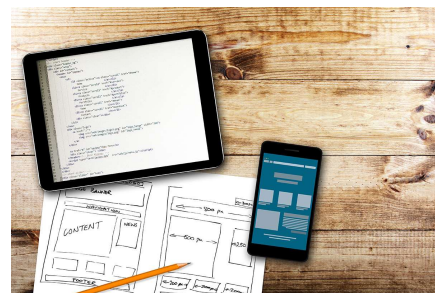
「企業の人事担当者が求職者のSNSをチェックしている」という話を聞いたことはありませんか？

近年、SNSは採用活動・就職活動とは切り離せない関係にあります。

企業側は自社の会社案内や求人募集などの情報発信ツールとして、また自社製品・サービスのプロモーションとして活用し、就職活動中の求職者側は情報収集や情報共有の場として、それぞれSNSを利用しています。

SNSといっても当然、一括りではなく、**Facebook**や**Twitter**、**LinkedIn**に**Instagram**など、それぞれに特性や得意分野が存在します。個人のプロフィールや友人たちとのやり取りといった日常生活が垣間見られるSNSは、まさに現代では“情報の宝庫”と呼べるでしょう。

本稿では、企業の人事担当者が**人材選びで失敗しない為の有効手段として使えるSNS調査**について、チェック項目や事例を交えて紹介していきます。面接や履歴書では得られない+αの情報、判断材料を増やしていきましょう！



目次

1. SNSは情報の宝庫？
2. 各SNS調査で得られる情報
 - 2-1. Facebook
 - 2-2. Twitter
 - 2-3. Instagram
 - 2-4. LinkedIn
 - 2-5. Eight
3. SNS調査をやって良かった！ SNS調査で判明した仰天エピソード
 - 3-1. 事例 1（ネガティブ情報）
 - 3-2. 事例 2（ポジティブ情報）
4. SNS調査のチェック項目
 - 4-1. チェック項目
 - 4-2. SNS調査をする際のデメリット
 - 4-3. SNS調査を調査会社に委託するメリット
5. まとめ

1. SNSは情報の宝庫？

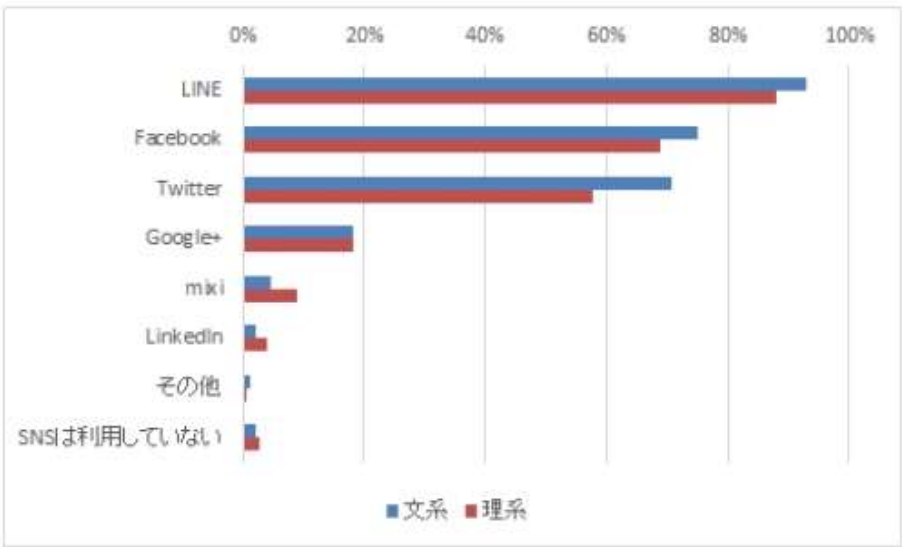
企業が採用活動にSNSを活用することを「ソーシャルリクルーティング」といいます。昨年は、建築業の㈱大熊工業(東京都西東京市)がInstagramの投稿内容をポートフォリオ代わりとする「インスタ書類面接」を実施して話題にもなりました。こうした企業独自のアプローチ方法が実施できるのもソーシャルリクルーティングの魅力のひとつです。

ソーシャルリクルーティングに関しては現在、様々な調査結果をインターネット上で確認する事ができます。ある会社の調査では、人事担当者のなんと「5割」が採用活動にSNSを活用しているという結果もみられました。それほど、近年ではSNSと採用活動・就職活動の関係は密接しているとも考えられます。

SNSが“情報の宝庫”と断言する理由に、その普及率にあります。ICT総研の調査結果によれば、平成28年末時点での日本国内のSNS利用者数は6,872万人で、平成30年末には7,486万人まで拡大するという予測もされています。また、就職活動の最前線ともいえる学生については、場面ごとのSNS利用状況を数値化したものがあります。下のグラフは、HR総研が楽天㈱の運営する「みんなの就職活動日記」の協力の下、2016年卒業予定学生を対象にした就職意識調査の結果です。

学生の【普段の生活】におけるSNS利用状況は次のとおりです。

【普段の生活】におけるSNS利用状況



※出所：「2016年卒学生の就職意識調査」結果報告

学生が【普段の生活】の中で使用しているSNSは**LINE**で文系の93%、理系の88%が使用しています。**Facebook**は、文系の75%、理系の69%、**Twitter**は文系71%、理系58%です。尚、**Google+**は18%、**mixi**は5%、**LinkedIn**は2%という、まさにSNSが“情報の宝庫”といえる結果でした。

就職活動の最前線で戦う者にとって企業からの「内定」はひとつのゴールといえます。それは新卒採用の学生に限らず、社会人の転職活動も同様です。求職者はライバルたちを押ししのけ内定を勝ち取る為に、自分を売り込むための工夫を凝らします。履歴書や職務経歴書を整え、能力を最大限にアピールするのは勿論、事前に用意した適切な言葉、装った所作で印象を良くしようと試みます。

悪く言えば、人事担当者のアナタがみている求職者の姿は、就職活動用につくられた姿ともいえるでしょう。

だからこそ、面接以外の場所で、求職者たちが本当はどんな人物で、何に関心があり、日常で問題行動を起こしていないかなど、最大限キャラクターを把握しておくべきではないでしょうか。SNS調査では、提出書類や面接では分からない普段の人柄や本当の姿の一端をみることが出来ます。

次項ではSNS調査で実際に分かる事について説明していきます。

2. 各SNS調査で得られる情報

この章ではSNS（Facebook、Twitter、Instagram、LinkedIn、Eight）の特徴と、実際に分かる事についてまとめました。まずは縦軸の掲載情報とそれに適したSNSの種類を把握しましょう。

| | Facebook | Twitter | Instagram | LinkedIn | Eight |
|-------|----------|---------|-----------|----------|-------|
| 学 歴 | ○ | △ | △ | ○ | ○ |
| 職 歴 | ○ | △ | △ | ◎ | ◎ |
| 家族状況 | ○ | × | ○ | × | × |
| 興味関心 | ○ | ◎ | ○ | × | × |
| 私生活 | ○ | ○ | ◎ | × | × |
| その他日常 | ○ | ○ | ◎ | × | × |

◎最適 ○得意 △可能性有り ×不可能

※LINEはチャット（トーク）や通話機能として利用されるコミュニケーションツールという側面が強く、上記の図からは省きました。

表のとおり、SNSによって掲載情報から得られる情報の種類は異なります。アナタが知りたい項目に適したSNSは何か？ 次に特性について説

明していきます。

2-1. Facebook

Facebookの特徴としては、原則実名での登録が義務づけられています。

実名である為、面識のないインターネット上の付き合いに限定してコミュニティを形成するものではなく、現実の知り合いとインターネット上でつながるサービスです。

現実でつながりを持つ友人や仲間とコメントを交わしたり、画像や動画を共有したり、プロフィールを掲載して昔の友人と連絡を取ったり、関心興味を「いいね」するなど、**Facebook**の使い方は様々です。前述のとおり、原則ユーザーは実名で登録しています。実名の自己紹介機能の特性を活かして、「**出身地**」「**居住地**」「**学歴**」「**職歴**」「**家族**」が確認できるかもしれません。また「**友人の属性**」や「**興味・関心**」といった人物のヒントが得られます。

2-2. Twitter

Twitterの特徴としては、匿名での登録が可能（実名も可能）で、140字以内の短いメッセージ、画像、動画をリアルタイムで気軽に投稿できます。Facebookが現実の知り合いとつながるサービスとするならば、**Twitter**は面識がなくても関心や趣味趣向の話題で繋がれます。**Twitter**では、その人の「趣味趣向」が垣間見られるほか、日常のつぶやきを読むことで、その人の「考え方」や「思い」を調べる事に適しています。

Twitterは他のSNSと比較して気軽に投稿できる特性を持つ分、問題発言と気づかず無意識にコメントを残してしまう可能性が高いSNSです。リアルタイムの投稿で速報性が高く、拡散性が強いので涙無しには語れない感動的な美談なら大歓迎かもしれませんが、世間からバッシングの対象になるような非倫理的な行動まで、圧倒的な速さで広まってしまいます。いわゆるバカッターという言葉聞いた事ありませんか？

2-3. Instagram

Instagramの特徴は、匿名での登録が可能（実名も可能）で、スマホやデジカメで撮った写真を投稿する、あるいは友人や著名人が投稿した写真を見るというシンプルなサービスです。ハッシュタグで関心・興味のある話題、世間で旬な話題の写真が楽しめる他、**Facebook**や**Twitter**にシェアする事ができます。

見る人を意識して被写体の角度を変えたり、背景にこだわったり、最近よく“インスタ映え”という言葉聞きませんか？

Instagramは身近な被写体を投稿している人がほとんどではないでしょうか。

例えば、友人との他愛もない「**日常**」を撮影した写真や、昨日食べたレストランの料理、ドライブや旅行先、家族や愛犬、愛猫の写真など。

Instagramは画像を撮影し、投稿した人の「**私生活**」や「**趣味趣向**」を調べる際に有効なツールです。

2-4. LinkedIn

LinkedInの特徴は、ビジネス特化型のSNSで、繋がる相手は同僚やクライアント、仕事上の付き合いがある人材などです。Facebookと同様、自己紹介機能があり、ユーザー自身の人脈やコネクションを可視化するのに便利なツールで、ビジネスに役立つSNSといえます。Facebook同様に原則実名登録が義務付けられている為、自己紹介機能の信憑性は高く「**学歴**」や「**職歴**」など経歴を公開する事に適したツールと言えるでしょう。

2-5. Eight

Eightの特徴は、LinkedInと同様、ビジネス特化型のSNSという点です。

Eightは、名刺管理ができるサービスで、自己紹介機能の他に、相手に承認されるとSNS上で名刺（画像）交換ができる仕組みになっています。名刺を掲載する以上は当然ながら信用も伴う為、Eightも自己紹介機能の信憑性は高く「**学歴**」や「**職歴**」など経歴を公開する事に適したツールと言えるでしょう。

以上が各SNSの特徴とSNS調査をおこなうことで分かる事のまとめになります。SNSは、それぞれに特性を持つことを覚えておきましょう。次章では実際にSNS調査をおこなった事で発覚した事例を紹介していきます。

3. SNS調査をやって良かった！ SNS調査で判明した仰天エピソード

前章までにSNSの特性とSNS調査で分かる事が把握できたと思います。それでは実際に調査会社で判明したSNS調査の実例を紹介します。

3-1. 実例1（ネガティブ情報）

関東圏内で複数の飲食店を経営するA社が、名だたるレストランでキャリアを歩んだシェフBさん（50代）の中途採用を考えていました。Bさんは業界の一部では顔が知られた存在で、過去にはあるレストランの料理長としてTV番組に出演したこともありました。食通のブログでもBさんの腕前を称賛するコメント、支持する声がみられました。料理の腕前には定評があるようです。

一見、腕利きの料理人Bさん。そんなBさんは**Facebook**と**Instagram**、ブログを持っていました。**Facebook**とブログの内容は、主に自分が勤めたレストランのメニューや腕を振るった豪華爛漫な料理の紹介でした。一方、**Instagram**は私生活の色が強い内容で、交遊関係の分かる画像がいくつも掲載されていました。Bさん自身、飲み食いが好きな様子で、友人らと酒を交わす画像では顔を赤らめ陽気に笑う姿がありました。その中の一枚は、避妊具にデキールを入れて飲むという過激な内容でした。また、何枚かの画像ではBさんの腕にタトゥーのようなものが確認されました。

ここで紹介した実例は、人事担当者ならゾッとする悪い例だったかもしれません。しかし、ネガティブ情報は表面上のやり取りからは得られない情報です。

次の実例は、ポジティブな情報が得られたケースです。

3-2. 実例2（ポジティブ情報）

ある企業に中途採用の応募をしているAさん。Aさんの履歴書の自己PRに「ボランティア」という言葉が他の言葉に混じって小さく記されていました。太字や下線で強調されている訳ではなく、詳細が掲載されている訳でもありません。

AさんのSNSで確認できたアカウントは**Facebook**のみでした。Aさんの**Facebook**をみると、学歴や出身地など簡単な経歴と、友人たちと撮った画像がいくつか掲載されていました。更新日数を遡っていくと、Aさんが履歴書に記載した「ボランティア」と思われる画像が何枚か見つかりました。Aさんは当時、震災の被災地を訪れ、何日間も作業着姿で汗を流していました。その画像と共に被災地への思いなどが記されており、Aさんの人柄の良さが伝わるものでした。

この2つの実例は、いずれも採用か不採用かを後押しする+αの情報だと思います。

Aさんのケースでは淡々と書かれた「ボランティア」という言葉の真偽とその中で人柄の分かる情報が得られました。SNS調査は、こうした求職者の魅力を捕捉する際にも有効な手段です。

しかし、SNS調査の一番の目的は、シェフBさんのケースのように表面的なやり取りでは分からなかった非倫理的な言動をチェックし、事前にキャラクターやネガティブ情報を把握する事です。問題のある人物を入社させない為のリスクヘッジとしての観点から、SNS調査は非常に有効な手段と言えるでしょう。

Bさんの私生活については面接や履歴書では決して分かりません。入社してから実はトラブルメーカーだった、会社の信用を損ない兼ねない非倫理的な言動が不安視される人物だった、職場内の雰囲気や乱す問題児だった、では済まされません。SNS調査の必要性はまさにトラブル因子を抱えた人材を採用させない為のリスクヘッジです。

では、アナタがSNS調査の必要性を把握し、実際にSNS調査をやってみようという考えに至った際、果たして調査対象者のSNSはどこに着目すればいいのか迷うポイントだと思います。次章ではそんな方に向けてSNS調査の基本的なチェック項目を用意しました。

4. SNS調査のチェック項目

採用活動のリスクヘッジとして、また面接や書類情報の補足としてSNS調査をおこなう場合、次のチェック項目をヒントに取り組んでみると良いでしょう。

4-1. チェック項目

- ☒ 出身地・居住地域
- ☒ 学歴
- ☒ 職歴
- ☒ 家族状況

- ☑ 友人知人の属性
- ☑ 調査対象が「いいね！」する団体・組織等
- ☑ 不適切な内容の発言はないか
- ☑ 非常識・非倫理的な画像の投稿はないか
- ☑ 業務時間中の頻繁な投稿はないか
- ☑ 私生活は乱れていないか

SNS調査を実施する際のポイントは、必ず求職者の履歴書や職務経歴書とSNSを照らし合わせることです。

4-2. SNS調査をする際のデメリット

SNS調査を実施する事で、これまで知らなかった様々な情報が得られるようになります。また、手持ちの情報の真偽を確かめる有効なツールとして、問題人物の内定を回避する採用活動のリスクヘッジとして活用できます。

ただし、アナタが日々多忙な生活を送る人事担当者であるならば、SNS調査をおこなう前に次の点を注意してください。

- SNSでは同姓同名（ローマ字）が数十名存在する
- その場合、アカウントの特定に時間を要する（または特定不能）

同姓同名の存在については、当たり前だと思うかもしれませんが。山田太郎さんは世の中に1人ではありませんし、一説には200人以上いるとの話もあります。山田太郎をTaro Yamadaに変換したら更に増加するでしょう。SNSの世界も同様です。実名アカウントであるならば、多くの同姓同名も存在します。そして、SNS調査ではこの同姓同名の存在は大きな時間のロスに繋がります。

時間的に余裕のある人事担当者なら、数名あるいは数十名存在する同姓同名のアカウントの中から目的の人物を探すのも1つの選択肢だと思います。時間をかけ、丁寧にチェックしていくことで目的が達成できるかもしれません。もしも目的の人物と断定できない場合でも、同姓同名の中で懸念される発言がないか探してみるのも良いでしょう。

しかし、日常は業務に追われて多忙、自分の時間を割きたくない、というアナタには別の選択肢も用意してあります。

次章ではSNS調査を調査会社に委託するメリットを紹介します。

4-3. SNS調査を調査会社に委託するメリット

SNS調査を調査会社に委託する最大のメリットは、自社で着手する際にかかる時間の削減、そして、調査会社の持つ膨大なノウハウです。調査会社では、調査対象のアカウントを特定した場合は勿論、特定できない場合も同姓同名の投稿内容をチェックします。

また、膨大なノウハウからSNS調査時に判明した事実やそれに伴い生じた疑問を解決する力になってくれます。例えば、応募者の履歴書に記載された職歴とLinkedInの職歴が異なる場合、あるいは履歴書に記載のない職歴がSNS調査で判明した場合、調査会社によっては応募者のリファレンスチェック、採用調査をおこなっている会社もあるのです。

※参考記事：経歴詐称・モンスター社員で痛い目に遭わない為の採用調査の活用方法

5. まとめ

近年、SNSと採用活動・就職活動は密接した関係にあります。

企業は自社の会社案内やプロモーション、ソーシャルリクルーティングとしてSNSを活用する一方、求職者もSNSから就職活動に役立つ情報収集に活用しています。

SNSの普及率を考えれば、SNSはまさに“情報の宝庫”です。

SNS調査をすれば、面接や履歴書では分からない求職者のプライベートや人柄といった情報も得られるはずです。

何よりも、非倫理的な言動が不安視される人物やトラブルメーカー、問題児であると事前に把握しておく事で問題因子である人材を採用させない、いわば採用活動のリスクヘッジになります。

これまでSNS調査を実施していなかった人事担当者は、本稿のチェック項目を参考にすると良いでしょう。

また、膨大な時間の能力を要する場合が多く、専門家に委託するという選択肢もあります。SNS調査を委託できる調査会社では、採用調査や人物調査のノウハウからあなたの悩みや不安を解消してくれることでしょう。

SNS調査をご依頼の方はこちら

近年、SNSの普及やネット環境の改善によりコミュニケーション方法も多様化されました。SNSやブログ等で「個人」の発言力が高まった分、抑制やリスク管理はこれまで以上に大変になることが予想されます。自社のスタッフや内定検討中の人材が「バカッター」に代表される非倫理的な言動を起こしていませんか？

- ・採用活動や人事異動のリスクヘッジに最適
- ・面談や書類上では分からない+αの情報収集に
- ・自社でかける時間やコストの削減に

SNS調査を実施する事で、トラブルメーカーや問題因子の入社、契約を事前に防ぐことは勿論、面談や書類上では分からなかった生活面での情報収集が可能になります。本稿を読んでSNS調査を実施したいとお考えのあなたに、まずはSNS調査を実施すべきかを含めて相談（無料）させていただきます。

