

リファラル採用を通じて作り上げる 「社員にとって紹介したい会社で 溢れる世界」

*ProFuture
Marketing Solution Interview*



株式会社リフカム
代表取締役
清水 巧 氏



リファラル採用を活性化するための施策設計から、運用・効果測定をシンプルに仕組化するサービス「Refcome」を提供する株式会社リフカム。従来のユーザーは、主に IT ベンチャーが中心でしたが、今後はより多様な業界にターゲットを広げるべく、「HR サミット」に参画するなど、マーケティング手法の転換・強化を図っています。果たして彼らの目線の先には、どのようなビジョンが描かれているのか——。そこで今回は、「HR サミット」参画に至る経緯や、マーケティング活動などについて、代表取締役・清水巧氏にお話を伺いました。

リファラル採用の認知度が高まり クラウド導入の外部環境も整った

——まずは御社の事業内容やコンセプトについてお聞かせいただけないでしょうか。

清水 弊社は、リファラル採用を活性化するクラウドサービス「Refcome」を提供しております。人手不足が深刻な昨今、媒体に掲載してもなかなか良い人材に巡り会えない、あるいはコストをかけて採用したはいいけれど、すぐに辞めてしまう——そんな課題を抱えている企業も少なくないと思いますが、リファラル採用ならば、少ないコストで、まだ転職市場に出ていない優秀な人材と繋がるのが可能です。しかも、リファラル採用で入社された方には、入社後の社内に知り合いがいることで社内に馴染みやすく、離職率も非常に低くなります。しかしこうしたリファラル採用をアナログに実践しようとしても、リンクインなどがまだまだ普及していない日本では、人事が社員に知り合いを紹介してくれるようお願いしたり、一方お願いされた社員も知り合いにいちいち声をかけたりと、何かと面倒なもの。そこで弊社では、こうした面倒なやり取りをなくし、クラウドを活用して一気に通貫でリファラル採用ができる仕組みを開発しました。それが、『Refcome』です。



——御社は2014年1月に設立されたそうですが、4年前と比べて、リファラル採用の認知度や取り巻く外部環境などに、どのような変化がありましたか？

清水 4年前はまだリファラル採用という言葉自体、一部の人の間でしか使われていませんでしたが、この2年くらいでベンチャー企業を中心に成功事例が多く発信されるようになり、一気に浸透してきたように感じます。また外部環境で言いますと、LINEやフェイスブックの存在も大きいです。リファラル採用は、まず知り合いを探して、見つけて、いいと思ったらメッセージを送るというプロセスを踏みますが、その際SNSやメッセージツールがないと、いくらクラウドを導入したところで、結局はアナログでのやり取りになってしまいます。しかし近年は、LINEやフェイスブックが当たり前のよう利用され、自分の人脈にいつでも簡単にアクセスできるようになったことで、リファラル採用がより進めやすい環境になってきました。

新たな市場開拓に向けて 外向きなマーケティング施策を展開

——過去から現在にかけて、どのような営業活動・マーケティング活動をされてきたのでしょうか？

清水 実は当社の設立から創業3年くらいの間は、リファラルではなく、スタートアップ企業向けの創業メンバー集めのためのプロダクトを取り扱ってきました。そして昨年7月から本格的にリファラルリクルーティングの市場に参戦。当初は広告も一切打たず、「リファラル」という言葉を検索してウェブ上からお申込みをしてくださった方々に対してのみアプ

ローチしてきたため、お客様の顔触れがどうしても IT ベンチャーなどテクノロジーに強い企業様に偏っていました。しかしリファラル採用を広く普及していくためには、もっとさまざまな業界の企業様にもアプローチする必要があります。そこで半年ほど前から、営業手法やマーケティング手法を切り替え、我々が直接企業様のもとへ出向いてインタビューさせていただいたり、HR サミットのようなセミナーに登壇させていただくなどして、できるだけリファラルを知らない方々との接点も増やすように努めています。

——ここにきて業績が右肩上がりです。やはりリファラル採用が認知されてきたことに加えて、御社が外に出ていく機会が増えたことも影響しているのでしょうか？

清水 そうですね。積極的に外に出ていくことで、確実に引き合いは増えてきています。また外部要因としては、「リファラル採用=IT ベンチャーだけが行う採用手法ではない」という認識が広まってきたことも大きいでしょう。



例えばたくさんのアルバイトスタッフに支えられている飲食業界では、面接日時を設定しても当日やって来なかったり、せっかく採用しても三分の一くらいの人たちが 2 週間以内に辞めてしまったりといった事例があるほどに、人集めに非常に苦心されています。そうした中、リファラル採用を行えば、社内の人間からの紹介なので面接にも必ずやって来るし、職場に知り合いがいれば定着もしやすい、ということが多くの企業様の間で広まってきました。こうしたことからターゲットが広がっています。

——逆に営業活動やマーケティング活動において何か課題はありますか？

清水 さきほどの話と連動しますが、例えば飲食業界ではいまだに「紹介採用」や「つながり採用」といった言葉が使われ、「リファラル採用」という言葉自体はまだ浸透していません。しかもそれを活性化するクラウドサービスがあることなど、ほとんど知られていないと思います。リファラル採用はクラウドを入れることで圧倒的に便利になるということを、もっと多くの企業様に知っていただく。その点が今後の大きな課題でしょう。

HR サミットへの参画を通じて 今まで出会えなかった企業と出会えた

——弊社の「HR サミット」にご参画いただいたのも、そういった課題に向けた取り組みの一環なのでしょうか？

清水 おっしゃる通りですね。

——そもそも「HR サミット」へのご参画を検討いただいた経緯は何だったのですか？

清水 最初に御社からご案内のメールをいただいた頃、ちょうど弊社でもどういう市場をターゲットにすべきかを模索しており、いろいろな企業様と接触して反応を見てみたいと思っていました。その方法として展示会やセミナーなどを検討していたところ、ちょうどいいタイミングでお声掛けいただいた次第です。

——実際にご参画いただいて、何か感じられたこと、気づかれたことなどがあれば教えてください。

清水 一番大きかったメリットは、普段まったく資料請求などいただけないような企業様と接点を持てたことでしょう。特に大手企業などは、普段からどんどん情報が入ってくることでしょうし、ご自身で資料請求はいただくことは少ないように感じます。そのような企業様と出会えたという意味でも、今まで我々がトライできていなかった新しいチャネルであると実感しました。

——こうしたイベントに参画したり、マーケティング活動などを行う際に、重視しているポイントはありますか？

清水 お客様に弊社のサービスをご提供する際には、まずリファラル採用についてご理解いただき、次にクラウドについてご理解いただくという、2つの段階を踏まなければなりません。現状、多くの企業様は、リファラル採用を行うべきかどうか迷っているような段階で、もっと言えばリファラル採用自体をご存知ない企業様もまだまだ少なくないでしょう。よってマーケティング活動においては、お客様が現状どういう段階にあるのかをきちんと見極めることが大事です。迷っている段階の企業様には、クラウドを使う・使わないはさて置き、リファラル採用の考え方について丁寧にご説明させていただきます。一方、すでにリファラル採用は行っているけれども手間暇がかかって困っていらっしゃるような企業様に対しては、クラウドの導入について具体的にご案内させていただきます。

リファラルをきっかけに 良い組織・良い会社を増やしたい

——今後営業活動やマーケティング活動において、取り組んでいきたい施策などがあればご紹介ください。

清水 マーケティングの観点から言いますと、さきほどお話した「リファラル採用をご存じない企業」の方々に対して、リファラル採用がどのようなものなのかを知っていただくために、定期的な勉強会などを開催することを検討中です。さらに、リファラル採用をクラウドを使わない形で実践している企業様の成功事例を我々が発信・紹介する、Referral Recruiting AWARDといった表彰イベントも実施しております。

一方で、リファラル採用を通じて、人がちゃんと定着する良い組織を作ろうという企業を少しでも増やしていけたらとも考えています。私たちが掲げるビジョンは、「社員にとって紹介したい会社で溢れる世界」であり、リファラルはその手段の一つに過ぎません。よって弊社では、リファラル採用のツールと、社員満足度を計測するツールの二つをセットにして、ご提供しております。

——弊社は「HR プロ」をはじめとするメディアや、「HR サミット」をはじめとするイベントなどの企画・運営をしておりますが、今後御社に対して期待されることやご要望などはございますか？

清水 メディアに関しては、さきほどお話した「Referral Recruiting AWARD」の開催に向けて、経験豊富な御社に何かご協力いただければと思っております。またサミットに関しては、登壇者が一方的に発信するだけでなく、参加者の方々の声を我々がキャッチアップできるような、よりインタラクティブな心の通った場にしていただきたいです。弊社が目指しているのは、単にリファラルを広めることではなく、良い組織や良い会社を増やしていくこと。それを実現するために、ProFutureさんにもぜひお力をお借りできればと思っています。



プロフィール

清水 巧 氏

株式会社リフカム 代表取締役

明治大学経営学部卒業後、名刺管理クラウドサービスを展開するSansanに入社し、カスタマーサクセス部の立ち上げに従事。2013年にSansanを退職し、株式会社リフカムの前身となる株式会社Combinatorを設立し代表取締役に就任。現在は、「採用を仲間集めに」をミッションに、リファラル採用を活性化するクラウドサービス「Refcome」の開発に注力している。



リフカムに関する詳細はこちらからご覧ください。