

CASE STUDY
事例紹介

トレンドマイクロ株式会社

セキュリティエキスパート本部
エンタープライズ CSM 部 課長 野上様
人事総務本部 人事部 課長 堀川様

人事部門起点の企業ブランディング 経営の方向性・人材像・マインドを 凝縮したブランドコンセプト開発

採用コミュニケーションで「ブレ」がなくなった

トレンドマイクロ株式会社様(設立1989年)は、情報セキュリティ関連製品・サービスの開発・販売で世界最大手。世界30以上の国/地域にビジネスを展開しており、世界中で1日にブロックする「脅威」の数は2億5千万を超えます。世界中に広がる脅威情報・解析のネットワークとともに、創業者の独特のキャリアから脈々と受け継がれるファミリーフレンドリーな組織風土と、お客さまを守る・貢献する意欲の強い人材を強みとしています。企業文化の形成を図る取り組みや、人材育成・人事制度は非常に充実しています。



写真左より、野上様、堀川様

課題

その一方、経営・事業の方向性がアンチウイルスからセキュリティ全般にシフトするなかで、採用広報活動全般とともに、その前提となる必要な人材、必要な組織づくりのコアとなる考え方や、社内外のコミュニケーション活動の軸が不明確になっている点に課題意識をもっていました。

採用ツールの制作に入る前段階として、社内外のコミュニケーション活動のコンセプトをキーメッセージとして言語化し、活動強化プラン、採用ページの改訂企画の検討についてご相談をいただきました。

プロジェクト概要

顧客名：トレンドマイクロ株式会社
(本社：東京都渋谷区)

業務内容：コンピュータ及びインターネット用
セキュリティ関連製品・サービスの
開発・販売

支援期間：2014/8～2014/11

実施内容：人事部門起点の企業ブランドコンセプト構築、求める人材像素案設定、採用コミュニケーション活動の活動計画書、採用サイト改訂企画案

主な実施内容

現状把握

人事関連施策の現状把握、採用・研修資料・創業者書籍等の文庫把握、他社採用コミュニケーション活動ベンチマーク、経営課題とコミュニケーション課題の紐づけ、強みの探索等

ゴール設定

ブランディングの目的、解決状態(ありたい姿)やターゲットイメージ(人材像)の明確化

ブランドコンセプト開発

獲得したい認知・評価の設定、コミュニケーション活動の軸となるコンセプト(キーメッセージ)の開発

活動計画・企画案

対外コミュニケーション活動計画の策定、採用サイト改訂方針・企画案