ブリーフィング 01 · エージェンシーから、エージェンシーへ

面談1件、10万円。

AIソーシングは、10万円のクレジットを150万円の期待売上に変える——投資対効果15倍。さらに、わずか7.5万円から自社の現場で検証できる。

15倍[壱]

クレジットの期待リターン

10万円の投入 → 150万円の期待売上。

目次　本書について

全11章でお届けする内容。

本書は、二つの読者を想定している。日本国内で人材紹介事業を率いるエージェンシーの経営層と、現場を率いるパートナーの方々だ。エージェンシーが作り、2018年から自社の現場で日々運用してきた仕組みを、いま同業の方々に対して、自分たちが自社で使っているのと同じ条件で開いている。

01 **投資対効果15倍の方程式。**
クレジット10万円・適格面談15件・期待売上150万円。

02 **手数料が問題ではない。**
1件あたりの手数料は問題ではない理由と、本当の問題。

03 **ユニットエコノミクスの核心。**
「面談1件あたり10万円の期待売上」が正しい指標である理由。

04 **ボトルネック。**
縛っているのは手数料ではなく、リクルーターの1週間。

05 **何が変わるのか。**
AIソーシングが計算式に与える影響を、段階を追って解説。

06 **リサーチャー倍率。**
リサーチャーを抱えるエージェンシーで、なぜ効果が複利的に積み上がるのか。

07 **未来への投資。**
AIの進化とともに価値が高まる候補者データベースを築く。

08 **成熟度モデル。**
あなたのエージェンシーは、いまどこにいて、18ヶ月後にどこにいるか。

09 **よくある反論。**
7つの懸念に、はぐらかさず答える。

10 **今週試せる検証方法。**
1週間、1案件、1つのランキング——ひとつの現場で確かめる。

11 **自己診断。**
社内に問うべき7つの質問。

01 大きな数字

AIソーシング・クレジットの投資対効果は、15倍。

Headhunt.AIのクレジットに10万円投じる。リターンとして、適格な候補者面談を15件期待できる。面談1件あたりの期待売上は約10万円。つまり10万円の投入が、150万円の期待売上に化ける。投資対効果15倍。

以上が結論。ここからは、その裏付けを示す。

自社で、毎日使っている。

Headhunt.AIは、私たちが自社のために作ったプラットフォームだ。株式会社**ExecutiveSearch.AI**は、2018年からこのシステムで動いている。2026年第1四半期、私たちのリクルーターは、ファネルの全段階で明確な改善を示した——同じリクルーターが、過去の手作業ソーシングの時期と比較した結果である。

2026年第1四半期 · 運用実績 · ESAI AGENCY · リクルーター1人あたり

改善は、ファネルの全段階で積み上がる。

+38%	+13.8%	+13.5%	+14%
リクルーター1人あたりの面談数	スカウト返信率	面接通過率	オファー獲得率

同じリクルーター。同じ市場。同じ顧客。同じ手数料。違うのは、道具だけ。

01 続 · 改善が積み上がる理由

これは机上の数字ではない。2026年第1四半期、現場のリクルーターが実際に出した運用結果である。私たちは毎日このプラットフォームを使っている。改善は本物で、しかも採用プロセスのどの段階でも現れる——最上流だけではない。

> **「候補者数が増える」だけの話ではない。**
>
> AI採用ツールの多くは「候補者リストの質が上がる」と謳う。だが、本当に難しいのはその後だ。リストが大きくなっても、返信率が変わらず、面接通過率も変わらないなら、ただ送るメールが増え、ムダにする時間が増えるだけだ。

Headhunt.AIは、各段階すべてで結果を底上げする。面談数が増えればパイプラインが太くなる。返信率が上がればムダな送信が減る。面接通過率が上がれば、適合度の高い候補者が顧客に届く。オファー獲得率が上がれば、顧客はあなたのショートリストを信頼する。一つひとつの改善は小さい。だがファネルの全段階で重ね合わせると、同じリクルーターの時間で成約数が2倍、3倍になる。

以降では、なぜこの計算式が成り立つのか、ユニットエコノミクスにどう効くのか、そして7.5万円で自社の現場で検証する方法を解説する。

“一つひとつの改善は小さい。だがファネル全体で重なれば、同じリクルーターの時間で、成約数は**2倍、3倍**になる。

02 手数料はどこへ消えたか

1件あたりの手数料は、問題ではない。

日本の人材紹介業界には、ある物語が出回っている。「手数料は崩壊している。利益はもう残らない。AIが唯一の活路だ」——と。半分は当たっている。だが「手数料が崩壊している」の部分は間違いだ。そこを取り違えると、解決策も間違える。

1件あたりの手数料は、むしろ上がっている。

多くのエージェンシーは今でも、年収の30〜35%を成約手数料として請求している。ここは変わっていない。そして日本のホワイトカラーの年収は、3年連続で上昇している。だから1件あたりの平均手数料は、以前より高い。年収1,000万円の人材で以前は300万円だった手数料が、いまでは400万円近くになる。1件あたりの売上は、下がっているのではない。上がっている。

では、売上が上がっているのに、なぜ苦しいのか。

成約手数料の総量(プール)が、縮んでいる。

エージェンシーが手にできる成約手数料の総量に、3つの変化が起きた。

- **RPO契約が、大手案件を飲み込んだ。** フォーチュン500企業の日本拠点が、特定の事業者と複数年のRPO契約を結ぶと、それまで複数のエージェンシーに流れていた年間40〜80件の成約案件が、プールから消える。
- **社内採用チームが、容易な案件を吸収した。** 中堅・大手企業は本格的な社内採用機能を整え、シニアのエージェンシー出身者を採用部門の責任者として迎えるケースも増えている。
- **国内の許可事業者数が、コロナ後に急増した。** 厚労省の統計によれば、有料職業紹介事業所は2019年度の22,977件から2023年度には30,113件まで増加。4年間で7,000件以上、31%の増加だ。2024年の人材紹介事業者の倒産件数は過去最高を記録し、コロナ前のおよそ5倍に達した(東京商工リサーチ調べ)。

02 続 · データで見た構図

つまり構図はこうだ。1件あたりの手数料は上がっている。だがエージェンシーに回ってくる案件は減っている。残った案件の取り合いに参加する事業者は増えている。そして1案件にかかる時間は伸びている。1件あたりの手数料が上がっていても、リクルーター1人あたりの売上は横ばい、あるいは減っている。

2019年 → 現在

動いた数字は、案件数と競争。手数料ではない。

~~300万円~~	~~1.5–3件~~	~~22,977件~~
400万円	**0.75–1.5件**	**30,113件**
1件あたりの成約手数料	リクルーター1人あたり/月の成約数	国内の許可事業者数

1件あたりの手数料は上がっている。だがエージェンシーに回ってくる案件は減っている。残った案件の取り合いは激しさを増している。

この違いが大きい。手数料が問題なら、答えは「付加価値で勝負する」「上位市場に移る」になる。本当の問題はリクルーター1人あたりの案件量だ。だから答えは、リクルーターの処理能力(キャパシティ)を上げることになる。問題が違えば、解決策も違う。

> 手数料が問題なら、答えは付加価値か、上位市場への移行だ。本当の問題は1人あたりの案件量。だから答えは、**キャパシティ**だ。

03 ユニットエコノミクス

面談1件あたり、10万円の期待売上。

自社で何が起きているかを理解したいなら、考えるべき単位は「月間の成約件数」でも「案件あたりの手数料」でもない。**候補者面談**だ。

ほとんどのリクルーターは、1件の成約に約40件の適格な候補者面談を必要とする。この比率は分野によって多少動く——需給の引き締まった市場で35件、ノイズの多い市場で45〜50件——だが、自社の現場と複数の日本のエージェンシーをベンチマークした結果、40件が現実的な目安だ。

平均成約手数料が400万円なら、計算は明快である。

ユニットエコノミクスの核心

ひとつの式に、すべて集約される。

400万円 ÷ **40件** = **10万円**

平均成約手数料 / 必要な適格面談数 / 面談1件あたりの期待売上

ソーシング業務のすべての要素が、この数字に集約される。返信率、ソーシングの精度、転換率——最後はひとつの問いに収束する。「適格な面談1件を生み出すのに、いくらかかるのか?」

ソーシング業務に何か変更を加えるとき——ツール、プロセス、採用、ワークフローを問わず——正しい問いはこうだ。**「これは、適格な候補者面談1件あたりのコストを下げるか?」**

下げるなら、それは利益率を動かす一手だ。下げないなら、違う。

> 適格な候補者面談1件あたり**10万円**の期待売上——これが、以降のすべての判断基準である。

04 ボトルネック

リクルーターは、ソーシングで詰まっている。

面談が単位で、面談1件あたりの売上が10万円で固定なら、リクルーターが月にいくつ成約を出せるかは、ひとつのことに集約される——いくつの適格な面談を実施できるか。リクルーターの1週間が何に消えているか、見ていこう。

面談そのものに、1件3時間かかる。

候補者面談は60分だが、リクルーターの総時間としては約3時間かかる。事前のプロフィール確認と準備、面談本体、終了後の議事録、カレンダー調整、メールでのフォロー。月に30件の面談を実施するリクルーターは、面談だけで90時間使っている——ソーシングや顧客対応、クロージング業務に入る前に、である。

その30件を埋めるソーシングに、さらに60〜90時間。

通常の返信率で30件の適格な面談を獲得するには、約400〜500件のスカウトを送る必要がある。返信のあった候補者を選別し、面談を設定し、当日キャンセルにも対応する。さらに60〜90時間——そのほとんどが、てこの効きにくい作業だ。

この計算は、週40時間に収まらない。

面談90時間 + ソーシング75時間 + 顧客対応 + 事務 + クロージング = 月およそ200時間の業務量で、成約は1件未満。実際のリクルーターは月160時間働いているのであって、200時間ではない。これが、ほとんどの現場が月0.75〜1.5件の成約に留まる理由だ——手数料体系の上では、もっと多くの成約を支えられるはずなのに。

04 続 · そこから導かれること

> **リクルーターの時間は、本当はどこへ消えているか。**
>
> ソーシングと選別が、リクルーターの1週間の60〜70%を占める。多くのエージェンシー経営者は40〜50%だと答える。だが、複数の日本の現場で実際に計測すると、答えは一貫して60〜70%だ。「そう思っている」ことと「計測した結果」のあいだのギャップそのものが、ひとつの発見である。

ここから導かれることは、こうだ。リクルーターからソーシングと選別の作業を取り除いても、面談数を減らさなければ、本物の時間が空く。空いた時間は、追加の面談に流れる。面談1件10万円という単価は変わらないから、同じ手数料体系のままで、成約数が増える。

別モデルへの注記。本章の説明はリクルーターが1人で完結する場合を前提としている。リサーチャー/アソシエイト型のモデルはボトルネックの位置が異なるが、結論は同じだ——第6章で扱う。

実測 · 1週間あたり

60〜70%

経営者の予想:40〜50%。実測:60〜70%。
その差分こそ、ひとつの発見である。

“動かすべきレバーは、手数料ではない。**適格な面談1件あたりの「時間」**だ。

05 何が変わるのか

AIソーシングが計算式に与える、本当の影響。

採用市場におけるAIをめぐるベンダーのメッセージは、混乱している。多くは「より良いスカウト文の作成」に焦点を置く。これは、数あるAIの用途のなかで、最も価値の薄い使い方の一つだ。候補者の受信箱が飽和している問題は、文面の問題ではない。**狙いの問題**だ。間違った100人に送る巧い文章は、適切な20人に送るそこそこの文章には勝てない。

AIファースト型のソーシングが実際に何をするのか、段階を追って見ていこう。

01 リクルーターが名前を見る前に、候補者の全体集合をスコアリングする。

Headhunt.AIは、日本に焦点を絞った400万件超のプロフィールを、各案件の具体的な要件と照合してスコアリングする。キーワードマッチングではない。職務、企業ティア、在籍年数のパターン、語学シグナル、キャリアの軌跡——実質的な適合度を見る。各候補者には根拠の文章付きで、0〜100のESAIスコアが付く。リクルーターが、1,000件のノイズだらけのロングリストを見ることはない。

02 上位の候補者だけが、リクルーターに届く。

400万件のプロフィールから、典型的なミドル市場の案件で接触する価値のある候補者は200〜800人。リクルーターはそのトップ層しか見ない。これまで選別作業に消えていたリクルーター時間の60〜70%が消える。狙いが鋭くなるため、返信率も上がる。

03 ビジネス日本語または英語で、個別化されたスカウトメールを書く。

Headhunt.AIは、各候補者の実際のプロフィール、現職、目に見えるキャリアシグナルを参照したスカウト文を生成する——テンプレートの差し込みフィールドではない。適切な敬語のネイティブ品質の日本語、もしくは整ったビジネス英語。リクルーターが週6時間かけてアウトリーチを書く作業は、ゼロになる。

04 リクルーターの時間が、ソーシングからクロージングへ移る。

面談を生み出す作業に拘束されていた処理能力が、面談を実施する側に戻る。月25〜30件の面談で頭打ちだったリクルーターが、月50件以上を回せるようになる——支える側の時間がもうボトルネックではないからだ。同じ手数料、同じ転換率、より多くの面談。

06 リサーチャー倍率

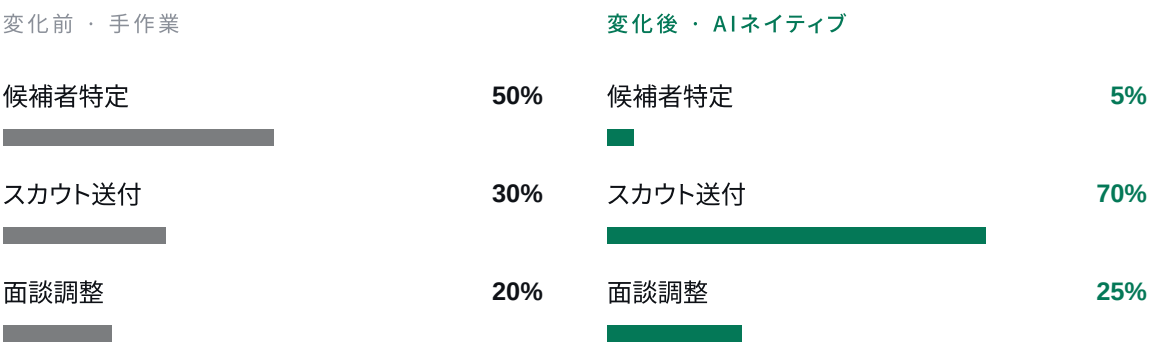
リサーチャーがいるなら、計算は複利で効く。

第4章では、自分でソーシングも行うビリングリクルーター(売上を立てるリクルーター)を前提とした。これは、小規模なエージェンシーや成功報酬型ファームでよく見られる形だ。だが、すべてのエージェンシーがそうではない。日本のエージェンシー業界の中でも相当の規模を占める層——サーチファーム、リテイナー型ブティック、大規模な成功報酬型エージェンシー、海外にリサーチチームを置くファーム——は、別のモデルを取る。クロージングを担うシニアのビリングリクルーターと、ファネル上流を担うリサーチャー、という分業だ。

このモデルなら、計算結果はさらに良くなる。同時に2つのことが起きる。シニアリクルーターは、アソシエイトの手が空いているかどうかに縛られなくなる。そしてリサーチャー1人が、増員なしで2〜3倍のビリング規模を支えられるようになる。両方の効果が、シニアビリングリクルーターの収入に直結する。

リサーチャー業務の再配分 · 1週間の中身

同じ人数、同じ時間。だが、出てくるアウトプットは別物。



全体集合レベルのスコアリングが、候補者特定の工程そのものを消す。手作業のリスト作成に費やされていたリサーチャー時間の50%は、約5%まで縮む——AIの出力結果を確認し、調整のためのフィードバックを返す作業だけが残る。空いた時間は、実際のスカウト送付に流れる。

06 続 · 報酬の計算

シニアビラーの手取りが、倍になる。

ここからは、シニアビリングリクルーター本人にとっての数字の話だ。多くのエージェンシーの報酬体系では、シニアビラーは、自分が生み出した成約手数料の一定割合を受け取る——このレベルでは35〜50%が一般的で、特にサーチファームやリテイナー型ブティックでよく見られる。標準的な比率である45%で、計算してみよう。

2つの効果が、同時に現れる。会社側ではリクルーター1人あたりの売上総額が2倍になる。シニアリクルーター側では、自分の手取りが2倍になる。

BOX 01 · 会社視点

リクルーター1人あたりの売上。

変化前 · 月およそ30件面談	0.75 × 400万円
月間売上	300万円
年換算	3,600万円 / 年
変化後 · 月およそ60件面談	1.5 × 400万円
月間売上	600万円
年換算	7,200万円 / 年

年間差分 · 1人あたり **＋3,600万円**

BOX 02 · リクルーター視点

シニアビラー手取り(報酬率45%)。

変化前 · 月0.75件成約	300万 × 45%
月間手取り	135万円
年換算	1,620万円 / 年
変化後 · 月1.5件成約	600万 × 45%
月間手取り	270万円
年換算	3,240万円 / 年

年間差分 · 1人あたり **＋1,620万円**

会社の売上は2倍。シニアの手取りも2倍。 手数料体系も人員数も同じ。動かしているのは、面談数だけ。

07 未来への投資

あなたが本当に築いている、資産の正体。

どのエージェンシーでも、最も過小評価されている資産は**候補者データベース**だ。ツールでもAIでもない。来期、来年、新しい案件が来たときに戻れる名前、プロフィール、文脈——これこそが資産だ。良い形で築けば、新しい案件のたびに価値が複利で積み上がる。悪い形で築けば、毎案件ゼロからのやり直しになる。

ほとんどのエージェンシーのデータベースは、墓場だ。

3年前のデータ。現在の所属企業は不明。役職も不明。適合性の文脈もない。ATSに3万件の登録があっても、いま動いている案件で実際に使えるのは500件かもしれない。残りはすべて重荷だ。

AIは、速く進化する。複利で効くのは、あなたのデータだ。

2027年に使えるAIスコアリングは、今日のものより明らかに優れる。2028年、2029年も同様だ。各世代がより精緻なマッチングを可能にする。だが、その恩恵はすべて、同じ入力に依存している——**構造化された、最新の、整理された候補者データ**だ。クリーンなデータベースを持つエージェンシーは、AIが進化するたびに恩恵を受ける。そうでないエージェンシーは、毎回ゼロから作り直すことになる。

最初から、エクスポート前提で設計されている。

- **ランキング済み候補者を、既存のATSへ直接プッシュ**——Salesforce系、Bullhorn、Zohoなど。
- **LinkedIn Recruiter形式のCSV出力**——プロジェクトへの直接インポートに対応。

> あなたが買うのは、面談**だけ**ではない。構造化された、最新の、AIスコアリング済みの候補者データベースだ。そしてそれは、あなたのものだ。

08 成熟度モデル

あなたのエージェンシーは、いまどこにいるか。

日本のエージェンシーの多くは、候補者面談の作り方において、5段階の進化線上のどこかに位置している。段階の差は微妙ではない。いまいる段階が、18ヶ月後の「リクルーター1人あたり面談数」を決める。

段階	特徴	月間面談	行く先
0	手作業・Boolean検索、スコアリングなし	約10件	キャパシティで天井
1	ツール補助・LinkedIn Recruiter / BizReachのフィルタ	約25件	限定的な高速化
2	AI補助・AIによるスカウト文作成、簡易スコアリング	約30件	緩やかな改善
3	**AIネイティブ・全体集合スコアリング、トップ層への配信**	**約50件**	**段違いの変化**
4	AIファースト運営・事業モデル自体を再構築	60件以上	新しい標準

段階 2 → 段階 3

ツールのアップグレードではない。**ワークフローの再構築**だ。「同じ作業を、より速く」ではなく、「違う作業、違うコスト構造」。

段階 1 → 段階 2

標準的なプラットフォーム機能で、手作業の一部を圧縮できる。本物の改善だが、限界がある。変化は**戦術レベル**に留まる。

09 よくある反論

同業から実際に受けた、7つの問い。

過去12ヶ月で、同業エージェンシーの経営者から実際に聞いた7つの懸念。それぞれに、はぐらかしではなく、率直に答える。

「もっと安いAIツールがある。LinkedInにもAIが入っている。なぜこれを選ぶのか?」

正当な指摘だ。最近のATSの多くにはAIスコアリング機能があり、**Headhunt.AI**より安いものも多い。それらはファネルのある一段階——多くは候補者ロングリストの段階——を改善する。だが、その後の段階は改善しない。改善はファネル全体に積み上がらなければ意味がない。安いAIツールは価格で勝つが、ファネル全体の積み上がりでは負ける。

「うちのリクルーターのカレンダーはもう一杯だ。これ以上、面談は入らない。」

たいていは違う——そして理由が興味深い。多くのエージェンシー経営者は、シニアリクルーターは本当に手一杯だと信じている。だがカレンダーを実際に計測すると、調査結果は一貫している。1週間の60〜70%は面談ではなく、ソーシング関連の作業に使われている。それこそ、AIが吸収する作業だ。それが消えると、カレンダーは大きく空く。

「うちのリクルーターは、AIが採点した候補者を信用しないだろう。」

最初はそうだ。解決策は研修ではなく、**透明性**だ。リクルーターがスコアリングを信頼するのは、候補者がなぜ高得点なのか——数字だけでなく、その根拠を見られるときだ。**Headhunt.AI**は、各ESAIスコアの背後にある推論を表示する。在籍年数のパターン、企業の経歴、項目別の適合度。これがあるから、スコアリングは「見えるだけのもの」ではなく、実用に耐えるものになる。

09 続 · 反論

「顧客は人間が選別したショートリストを求めている。」

顧客が求めているのは、**信頼できるショートリスト**だ。それを選別したのが人間か、AI支援かは、的中率に比べれば顧客にとって重要ではない。AIが導いた適合理由を明示し、リクルーター自身のコメントを添えた5人の候補者は、スコアリングの枠組みなしでリクルーターだけが選んだショートリストよりも、強い商品である。

「AIには専門性の高い職種は理解できない。うちの分野は特殊すぎる。」

時にはその通りだ。公開プロフィールから専門性が見えにくい、ごく狭い技術分野——一部のハードウェア工学のサブ領域、特定のコンプライアンスのニッチ——ではAIスコアリングは確かに苦戦する。だがそれ以外——バイリンガル金融、ミッドティアのIT、営業、運営、GTM、コマーシャル、サプライチェーン、プロダクト、マーケティング、人事、法務、ほとんどのエンジニアリング——では、AIスコアリングは公開プロフィールから読み取れるシグナルにおいて、人手の選別を上回る。多くのエージェンシーにとって、稼ぎを生む案件の80〜90%は、計算が成り立つ領域にある。

「以前AIツールを試した。うまくいかなかった。」

正当な指摘だ。これに対する最もきれいな対処は、議論ではなく、**横並びの比較検証**だ。第10章の検証は、まさにこの種のサイドバイサイド比較を前提に組まれている。私たちのリストが、あなたの案件で代替案より明らかに優れていなければ、追加クレジットを買う必要はない。リクルーター1日分のコストで、その答えがわかる。

「どのエージェンシーも、なぜ自前で作らないのか?」

作れる。ただし、日本特化のスコアリングモデルの構築、400万件のプロフィールデータベースの維持、アウトリーチ基盤の運用、成約結果に対するスコアリングの校正——これは18〜24ヶ月のエンジニアリングプロジェクトだ。提案はシンプルだ。**すでに作ったものをライセンスする方が、ゼロから作り直すより速い。**エージェンシーの規模で、初日から計算は成り立つ。

10 検証

今週、自分の現場で試せる検証方法。

本書に書いてあることはすべて、自分の現場のリクルーターと、自分の案件で確かめるまでは机上の話だ。最もシンプルな確かめ方を示す。

検証内容、一行で

ランキング済み・スコアリング済みの日本の候補者500件を、御社の実在する1案件にぶつける。契約なし。設定なし。連携なし。

進め方。

01 **7.5万円のクレジットパックを購入する。**

500クレジット = 御社の検索条件に対し、ESAIスコア50以上の適格候補者マッチを最大500件。サブスクなし。年間契約なし。クレジットは無期限。

02 **案件を1つ選び、JDを貼り付ける。**

ミドル市場・成功報酬型・AIスコアリングが効く分野(バイリンガル金融、IT、営業、コマーシャル、人事、マーケティングなど)を推奨。**Headhunt.AI**は、400万件超の日本プロフィールデータベースから、ランキング済み候補者を最大1,000件、1〜2分で返す。

03 **その分野を担当しているリクルーターに、リストを見せる。**

1つだけ問う。「このリストの中に、自社の通常のソーシングではまだ見つけていない候補者はいるか?」もし——ほんの数人でも——いると言われたなら、**Headhunt.AI**は現在のプロセスで取り逃している人材を見つけている。それが概念実証だ。

11 自己診断

社内に問うべき、7つの質問。

最初に問うべきは「AIを採用すべきか」ではない。具体的な業務診断だ。チェックの数を数えるのが目的ではない。**具体的な数字で答えられるもの**と、**抽象論でしか答えられないもの**を切り分けるためだ。後者のリストこそ、取り組むべき場所である。

- ☐ 事業分野ごとの「成約までに必要な面談数」比率を、推測ではなく **計測した数字** として把握しているか?
- ☐ リクルーターの時間のうち、**ソーシングと選別に使われる割合**を——推測ではなく計測で——把握しているか? 多くは40〜50%と答える。実測すると60〜70%だ。
- ☐ **返信率を候補者品質の十分位ごとに**計測しているか? それとも、すべて混ざった全体平均しか見ていないか?
- ☐ 過去12ヶ月の **事業分野別「最初の適格CV提出までの平均時間」** はどれくらいか? この数字が伸びているなら、競争上の地盤を失っている。
- ☐ 過去3年間で、**自社の過去の成約手数料プールのうち、RPO契約と社内採用に流れた割合**を把握しているか?
- ☐ 過去12ヶ月で、**構造化されたAIソーシングの検証**を1回でも行ったか? それとも見解は、ベンダーのデモと同業者との会話に基づいているか?
- ☐ もし明日、競合エージェンシーが同じ手数料水準で「リクルーター1人あたり月間80件の適格面談」を発表したら、**具体的な対応策**は何か?

スコア解釈

6〜7項目で具体的に答えられる: 段階3かそれに近い。残るギャップは校正であって、再設計ではない。

4〜5項目: 段階2で、段階3を目指す位置。最速の道は、1人のリクルーターによる1週間の検証。

2〜3項目: 段階1で、ツール導入が一部進んだ状態。ボトルネックは運営モデル。

0〜1項目: 構造的に脆弱。今運営している現場は、案件減少が続く今後18ヶ月を生き残れない可能性が高い。

12 ここから先

率直な見解。

日本の人材紹介業界は、振り返ったときに明らかな大きな転換期にある。1件あたりの手数料が問題なのではない。**RPOと社内採用への案件量の移動と、残った案件におけるリクルーターのキャパシティ制約**——これが問題だ。

キャパシティの問題を解決したエージェンシーは、参入時よりも強いマージンでこの転換期を抜ける。解決しないエージェンシーは、恒常的に縮んだ手数料プールに対して、今と同じコスト構造のまま戦い続けることになる。

REMINDER

これらのシステムは、今日が最も劣る状態だ。AIの進化ペースは線形ではない—— **いま投資して競合に先んじるか、置いていかれるか。**

この先、最後の見開き

“読んで居心地の悪い話だ。行動するのは、もっと居心地が悪い。何もしないことも、ひとつの判断である——ただ現状の延長線上にあるから、安全に感じるだけだ。

about Headhunt.AI · エージェンシー向け

エージェンシーが作り、エージェンシーのために。

Headhunt.AIは、株式会社**ExecutiveSearch.AI**が構築・運用しているプラットフォームだ。私たちは2018年からAIファースト型で運営している、東京の人材紹介エージェンシーである。たまたま採用業界に流れ着いたベンダーではない。**自社が必要とするプラットフォームを自分たちで作り、8年間自社の現場で運用し、いま同じ仕組みを国内の同業エージェンシーに開いている。**

400万件超の日本特化データベース、ESAIスコア、バイリンガルのスカウトメールエンジン、本書の2026年第1四半期の運用数字——すべて、私たち自身の現場をいま動かしているのと同じプラットフォームから来ている。

Headhunt.AI

7.5万円の検証から始める

候補者マッチ500件。1回の対話。契約なし。

クレジットパックを購入する。1案件で検索を実施する。リストを共有する。1つだけ問う。リストの候補者がチームにとって新しい人材なら、答えは出ている——そしてリクルーター1日分以下のコストで、答えを得たことになる。

SALES@EXECUTIVESEARCH.AI · HEADHUNT.AI · TOKYO, JAPAN