ブリーフィング 09 · 運用実績データ

Headhunt.AIで、返信が78%増えた。

自社の現場で計測した、6ヶ月分の運用データ。チームの人数は同じ。顧客も同じ。送信エンジンも同じ。人手で作っていたターゲットリストを、Headhunt.AIに置き換えた。返信は増えた。日々のばらつきも減った。四半期ごとに売上を読むエージェンシーには、両方が効いてくる。

9.6× 玖

受信返信40件超の日 ・ 導入後と導入前

導入前は345日のうち11日(3.2%)。導入後は181日のうち56日(30.9%)。動いたのは平均値だけではない。分布そのものが変わった。現場の安定感が、目に見えて高まった。

2018年から運用してきた、同じ現場。ソーシング切替後の6ヶ月の証拠。

目次　本書について

本書、12章の構成。

AIソーシングが本番で効くと、まだ確信できない読者のためのブリーフィングである。データは、526日分の返信ログ、10,932件の受信返信、現場ひとつ、動かした変数ひとつ。

01 大きな数字。
1日あたりの返信+78%。最も厳密な平日のみの数字では+97%。

02 もっとも厳密な検証。
同じ現場、同じエンジン、同じ市場。動かした変数は一つだけ。

03 ブレの少ない現場。
結果の出る日が、例外から常態に変わった。

04 17ヶ月の全体像。
月次で見ても、構造的な変化は明らかだ。

05 同じエンジン、違うリスト。
入力側の何が変わり、何が変わらなかったか。

06 ターゲット精度が、複利で効く理由。
リストの77%向上が、返信の+78%として表れる仕組み。

07 運用が裏付ける、ファネル全段階。
返信データの裏にある、2026年第1四半期のファネル数字。

08 チームに、1週間が戻ってきた。
リクルーター時間の20〜30%が、戻ってきた。

09 懐疑派から聞こえてくる声。
6つの率直な反論に、6つの率直な回答。

10 今週、自社で試せる検証。
1案件、1つのランク付け済みリスト、1回の対話。契約は不要。

11 自己診断。
社内で問うべき、8つの質問。

12 率直な見解。
市場の行き先と、現状維持のコスト。

01 大きな数字

返信、78%増。同じ現場で。

2025年11月1日、私たちのエージェンシーは、アウトバウンドのターゲットリストの作り手を切り替えた。リクルーターの人数は変えていない。送信の設定も変えていない。スカウトメールのエンジンも変えていない。変えたのは、ひとつだけ。誰がリストを作るか、である。手作業で作っていたリストを、Headhunt.AIが生成するリストに置き換えた。

6ヶ月後、運用データの結論ははっきりしている。

526日 · 受信返信10,932件 · ひとつの現場

4つの数字に集約される。

+78%	1.97×	+4652	9.6×
1日あたり返信数の平均	平日返信の倍率	年率換算追加返信数	40件超の日の頻度

導入前: 345日(2024年11月21日〜2025年10月31日、人手で作成したリスト)。導入後: 181日(2025年11月1日〜2026年4月30日、Headhunt.AIのリスト)。

1日あたりの平均は、16.4件から29.1件に増えた。2026年第1四半期から週末の送信を止めたため、その影響を除いた平日平均で見ると、18.2件から35.8件。本データで最も厳密な同条件比較で、**+97%**である。

見出しの数字は、量だ。だが、現場で効いてくるのは分布のほうである。導入前は、月の数字を、ごく一部の突出した日で作っていた。ほとんどの日は、ほぼゼロ。導入後は、結果の出る日が例外ではなく常態になった。詳しくは、次ページ。

> 同じ現場。同じ市場。同じエンジン。リストだけが違う。

02 もっとも厳密な検証

もっとも厳密な、同条件比較。

AIソーシングの導入事例で、いちばん多い反論がある。「変数が多すぎる」だ。ツールが変わり、文面が変わり、チームが変わり、市場が変わる。これでは、AIそのものの寄与が切り出せない。私たちの場合、その切替はめずらしいほど明確だった。何を固定し、何だけを変えたのか。以下のとおりである。

固定した 2024年11月 → 2026年4月 4/5

- **リクルーターの人数。** 両期間とも、同じ。同じ現場、同じ役割。
- **スカウトメールのエンジン。** 計測開始日から、Headhunt.AIの生成エンジンを使ってきた(導入は2024年8月1日)。
- **送信の設定。** 導入前と同じスタック、同じ設定で動かしている。
- **顧客構成と市場。** 日本国内のミドル市場、同じ職域(バイリンガル金融、IT、営業、コマーシャル、HR、マーケティング)。

動かした ひとつだけ 1/5

誰がリストを作るか。

導入前は、リクルーターとリサーチャーが、手作業でリストを作っていた。LinkedIn Recruiter、ATS検索、手動ソーシングの組み合わせだ。導入後は、Headhunt.AIがリストを生成する。スカウトメールを書くエンジンは同じ。送信、返信対応、面談は私たちのチームが回している。

> 多くのAI事例は、一度に5つ変える。私たちは、ひとつだけ変えた。

03 安定感

ブレの少ない、現場。

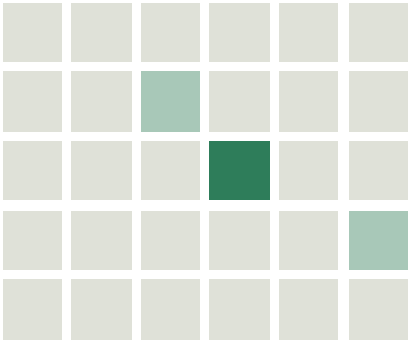
見出しの数字を見れば、平均が動いたことはわかる。だが、分布の形までは見えない。四半期ごとに売上を読むエージェンシーにとっては、見出しの数字より、返信分布の形のほうが重要だ。

1日あたりの受信返信数 · 代表的な30日間

導入前後で、典型的な1ヶ月はこう変わった。

導入前

人手で作成したリスト·345日

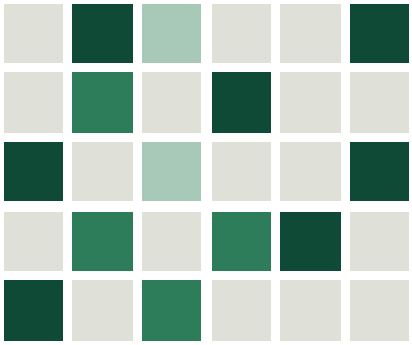


30日のうち、返信30件以上は3日。

30件未満:27日 · 30〜39件:2日 · 40件以上:1日 · 50件以上:0日

導入後

Headhunt.AIのリスト·181日



30日のうち、返信30件以上は13日。

30件未満:17日 · 30〜39件:4日 · 40〜49件:3日 · 50件以上:6日

凡例 · 1日あたりの受信返信数

30 件未満　30〜39 件　40〜49 件(目標)　50 件以上(ピーク)

各セルは、代表的な30日間の1日を示す。色は、各期間(導入前345日・導入後181日)に記録された分布頻度に対応している。グリッド内の位置は説明のためのもので、各帯域の合計数は実測値と一致する。

> ピークは、高くなった。谷は、ほぼ消えた。

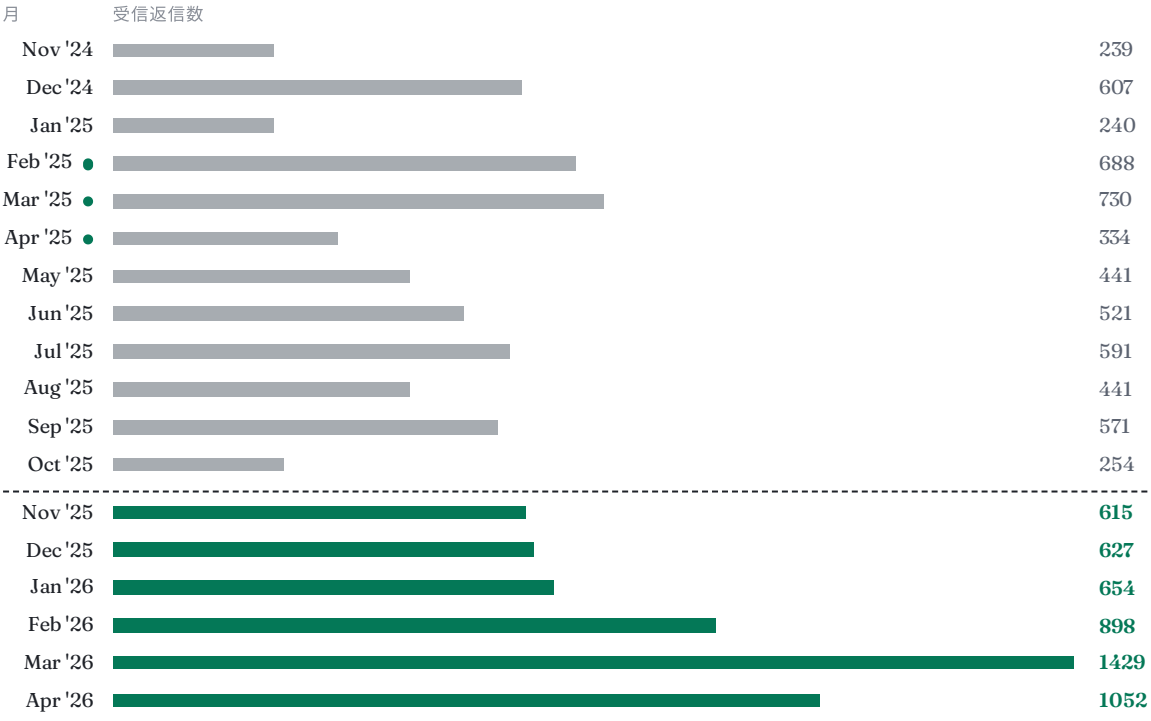
04 17ヶ月の全体像

月次で見ても、転換点ははっきりしている。

総計の平均値は、その下で何が起きているかを覆い隠してしまうことがある。同じデータを、月単位で並べる。さらに、前年同月と比べる。

月次受信返信数 · 前年同月比 · 2024年11月 → 2026年4月

17ヶ月、ひとつのデータ、ひとつの転換点。



前年同月比 · 2025年1四半期 → 2026年1四半期

伸びは、加速している。

2月	3月 · 最も厳密な比較	4月
↗ +31%	↗ +96%	↗ +215%
688 → 898	730 → 1429	334 → 1052

2024年11月は10日分。前年同月比は、2026年の各月を、前年同月(●付きの月)と直接比較した数字。2026年4月は最終3日間にゴールデンウィークの送信休止を含む。2025年4月も同様にゴールデンウィークの影響を受けており、3月の比較が最も厳密な同条件比較となる。

05 同じエンジン。違うリスト。

入力側の何が、実際に変わったのか。

p.3に並べた数字は、目に見える結果だ。その裏で何が効いているかは、もう少し見えにくい。だが、立ち止まって考える価値はある。今回の伸びは、文面が良くなったから出たのではない。スカウトメールを書くエンジンは、導入前も導入後も同じだ。効いたのは、そもそも誰がターゲットリストに載るか、である。

01 ターゲット精度の向上が、数字で確認できる。

同じ職域カテゴリで、人手のリストとHeadhunt.AIのリストを、社内指標のESAI Scoreで比較した。Headhunt.AIのリストの平均スコアは、77%高い。リクルーターの仕事が雑だからではない。AIは、企業ティア、在籍年数のパターン、語学シグナル、キャリアの軌跡まで、案件要件のすべてで全候補者を評価する。400万件超のプロフィールを、人間が午前中で見切ることはできない。AIにはできる。

02 より広いリスト。人の検索では出ない候補者まで見つかる。

Headhunt.AIは、LinkedIn RecruiterやATSのキーワード検索では捉えきれない次元で候補者を引き上げる。キャリアの軌跡、隣接業界の経験、潜在的なスキルの兆し、企業ティアの間接的な証拠などだ。日本語と英語の両方を最初から扱うため、バイリンガル検索でキーワードが噛み合わず母集団が縮む、という構造的な偏りも生じない。

03 暗黙のフィルタが、どの言語でもかからない。

LinkedIn Recruiter、Bizreach、多くのATSは、リクルーターが入力したキーワードに対してプロフィールでの記述が薄い候補者を、結果から静かに沈めてしまう。本当はぴったりの人でも、別の言い回しを使っていたり、日本語のみで運用していたりすると、検索結果の上位には出てこない。Headhunt.AIは、すべてのプロフィールを案件要件に対して評価したうえで順位付けする。情報量の少ないプロフィールでも、キャリアの実態が合っていれば、ちゃんと浮上する。

04 止まらない、ムラのない処理能力。

AIに休暇はない。月曜の立ち上がりが鈍い、ということもない。リスト作成の3時間目に集中が切れる、ということもない。1日目と181日目で、同じ基準・同じ厳密さで候補者を評価し続ける。コストはAPIトークン代だけ。置き換えた人手のコストに比べれば、はるかに安い。

06 ターゲット精度が、複利で効く

リストの伸びが、返信の伸びに重なる理由。

リストが良くなれば、返信が増えるだけではない。返信そのものの質が変わり、後工程でも複利的に効いてくる。ファネルの各段階で重ねた小さな伸びは、最後に掛け算で積み上がる。

複利の連鎖 · 同じアウトリーチ、より適合度の高い相手

ファネルの全段階が、その伸びを引き継ぐ。

→ **適合度の高い候補者は、メールを開く確率が高い。** 候補者の現職に響く件名は届く。汎用的な件名は流される。スパム報告が減るため、メールでもLinkedInでも到達率が上がる。

→ **適切なアウトリーチには、適切な返信が返ってくる。** 送信エンジンも、送信者も、送信量も変えていない。それでも返信率は上がる。2026年第1四半期で**+13.8%**。

→ **返信が増えれば、面談も増える。** 面談化率はほぼ一定。返信の伸びは、そのまま面談数の伸びに移る。同じチームで、1人あたりの面談数**+38%**。

→ **適合度の高い候補者は、面接通過率が高い。** 本当に案件に合った人は、顧客側の面接でも残りやすい。面接通過率**+13.5%**。

→ **オファーが決まる。受諾も増える。** 本当に合っている候補者は、オファーを受ける確率が高い。オファー受諾率**+14%**。

> ファネルで最も影響の大きい変数は、リストである。下流のすべては、その質を引き継ぐ。

07 運用での裏付け

ファネル全段階で、運用が裏付ける。

返信率の伸びが上流だけの現象なら、顧客の面接プロセスに入った段階で消えるはずだ。オファーまでも残らない。成約数にも反映されない。これは、直接確認できる。返信テストを回したのと同じエージェンシーが、採用ファネルの全段階を計測しているからだ。同じ現場で、2026年第1四半期と2025年第1四半期を並べる。

ESAI AGENCY · 2026年第1四半期 VS 2025年第1四半期 · 同じ現場

ファネルの全段階で、改善が積み上がる。

+38%	+13.8%	+13.5%	+14%
リクルーター1人あたりの面談数	スカウトメール返信率	面接通過率	オファー受諾率

ESAI Agencyの運用データ。2026年第1四半期(1〜3月、導入後)を、2025年第1四半期(1〜3月、人手リスト)と比較。同じ現場、同じ市場セグメント、同じ手数料体系。

これは机上の数字ではない。526日分の返信ログを処理した同じ現場が、そのまま面談を回し、面接後のすり合わせに同席し、オファーをクローズしている。上の各段階は、それぞれ独立した計測だ。だが下にある仕組みはひとつで、共通している。ターゲットの精度が上がったリストを、同じ後工程に流し込んだ。それだけのことである。

> 「オファーまで生き残らない返信の伸びは、見栄えだけの数字だ。今回の伸びは、生き残った。

08 時間が、戻ってくる

そして、チームに1週間が戻ってきた。

見出しは、返信のデータだ。だが、エージェンシーの経営層が返信率よりも気にしているのは、別のところにある。リクルーターのキャパシティだ。リスト作成をAIが担えば、リクルーターは担わずに済む。

> **リクルーターの1週間のうち、20〜30%とは何か。**
>
> リスト作成は、目立つ仕事ではない。だが、重い仕事である。1案件のソーシングだけで4〜6時間。boolean文字列を組み立て、LinkedIn Recruiterをスクロールし、過去のATSデータと突き合わせ、出力して重複を除く。担当案件分を合計すると、リクルーター1人あたり週1日〜1.5日に達する。AIなら、これを90秒で終える。

戻ってきた時間は、どこに流れるか。

空いた時間は、どこかに消えるわけではない。ファネルの後ろの工程に流れていく。候補者面談、顧客との深いすり合わせ、リファレンスチェック、構造化されたクロージング対話などだ。リクルーター1人あたり**+38%**の面談増。半分は、返信率の上昇から来る。残り半分は、リスト作成から解放されて、面談に使える時間が増えたことから来る。

売上の観点で見ると、ここが一番効く。リクルーターの売上は、案件数ではなく労働時間に縛られている。その20〜30%が戻ることは、増員ゼロのままリクルーターを0.2〜0.3人増やしたのと同じである。

> 手作業ソーシングの最大のコストは、費やした時間ではない。**その時間で取れなかった面談**のほうである。

09 懐疑派からの声

懐疑派から聞こえてくる、声。

このデータを、同業エージェンシーの経営層、企業の採用責任者、競合のAIソーシングベンダーの実務担当者にも見せてきた。繰り返し出てくる反論が6つある。一つひとつに、はぐらかさず答える。

「導入後の期間には、別の運用変更が重なっている。週末の送信停止が入った。リスト切替の効果が、完全には切り分けられていないのではないか。」

もっともな指摘である。導入後の期間で動かしたほかの運用は、週末の送信停止だけだ。本書の方法論にも明記している。これは1日あたり平均の分母を変える(週末は送信日から外れる)。だが、平日平均には影響しない。だから本書で最も厳密な単一の数字は、週末停止の影響を取り除いた平日平均の**+97%**である。見出しの+78%は、両方の効果を合わせた数字。+97%が、最も厳密な同条件の読み方だ。

「6ヶ月では足りない。2年のデータを見せてくれ。」

より長い期間があるに越したことはない。だが、詳細な返信ログを取り始めたのが2024年11月。切替は2025年11月。手元にあるのは6ヶ月分だ。それでも、181日の運用日、5275件の受信返信、1四半期分の完全なサイクル、2026年第1四半期の選考シーズンを含む。シグナルは、偶然のばらつきでは説明できないほど大きい。導入前の最良月(2025年3月、730件)が、導入後の平均月(879件)を下回っている。

「リクルーターが上達しただけだ。AIの効果ではない。」

この反論は、返信を生み出しているのがリクルーターである、という前提に立つ。だが、そうではない。Headhunt.AIが候補者検索、スカウトメール生成、送信までを担っている。返信数を作るループに、リクルーターは入っていない。リクルーターの経験値は、返信が返ってきた後の工程(面談準備、スクリーニング、案件の打ち出し)に効く。返信が返ってくるか否かには効かない。リクルーターの上達は本物だが、本書が計測しているのは、それとは別のファネル段階である。構造的に、最初から切り分けられている。

09 続 · 懐疑派からの声

「Headhunt.AIは、LinkedInをスクレイピングしているだけだ。同じことは自社でもできる。」

データの主軸はLinkedInの公開データ。加えてX、GitHub、Facebook、Instagramのシグナルを使う。独自データベースを謳っているわけではない。独自なのは、400万件超の日本特化プロフィールを、案件ごとの具体要件で2分以内にスコアリングする仕組みのほうだ。理屈の上では再現できる。ただし、エンジニア2人、約18ヶ月、コンピュート費用で数十万ドル。それで、ようやく1本目の使えるリストが出るかどうかである。同じ2分で、私たちのシステムなら検索結果が手に入る。

「うちの市場は違う。それはお宅の現場のデータだろう。」

Headhunt.AIの対象は、日本国内の採用に限られている。だから「市場が違う」というのは、日本国内での業界や職域が違う、という意味になる。これまで計測してきたすべての業界・職種(テック、金融、営業、コマーシャル、HR、マーケティング、多言語ロール、エグゼクティブサーチ)で、同じパターンが出ている。マッチ精度が上がれば、返信は増える。仕組み(400万件超の日本特化プロフィール母集団を、案件の要件で評価し、手作業のboolean検索を置き換える)は、業界に依存しない。絶対値はセグメントで変わるが、伸びる方向は変わらない。

「これが本当なら、なぜまだ全社がAIソーシングに乗り換えていないのか。」

理由は3つある。第一に、つい最近まで、候補者のスコアリングモデルは人手のリサーチに勝てなかった。その世代に賭けた早期導入者は、痛い目を見ている。第二に、人手を上回るモデル世代(GPT-4級以降)が、大量評価に実用化されたのは2024年だ。第三に、エージェンシーの経営層がこの種のツールを評価するときは、たいていデモで判断する。本番並列の比較検証ではない。デモでは、効果が過小評価される。市場は今、追いついている途中だ。問題は、自社が競合より先に追いつくか、後で追いつくか、である。

> 正しい判断の仕方は、議論ではない。自社の案件で、実際に試してみることだ。

10 検証の手順

自社の現場で、検証する方法。

本書のすべての数字は、自社のリクルーターと案件に当てるまでは、ただの理屈にすぎない。調達プロセスも、システム連携も、ベンダー契約も必要ない。いちばんきれいな試し方を、ここに示す。

検証は、1行に集約できる

実在する自社案件1件に対して、ランク付け・スコア付けされた、日本国内の候補者500人。契約なし。設定なし。連携なし。

進め方。

01 **クレジットパック7万5,000円を購入する。**
クレジットは500。サブスク契約も年間契約も不要。クレジットに期限はない。1クレジットで、指定した案件にマッチしたESAIスコア付きの候補者が1人返ってくる。

02 **通常は手作業でソーシングする、自社の案件をひとつ選ぶ。**
ミドル市場、成功報酬型、AIスコアリングが効きやすい職域(バイリンガル金融、IT、営業、コマーシャル、HR、マーケティング、など)。職務記述書を貼り付ける。Headhunt.AIは、400万件超の日本特化データベースから、ランク付けされた候補者を1〜2分以内に最大1000人返す。

03 **その職域を担当しているリクルーターに、リストを見せる。**
問いはひとつ。「**このリストの中に、通常のソーシングでは出てこなかった候補者はいるか?**」 答えがイエスなら、たとえ数名でも、Headhunt.AIは現行プロセスが見落としている候補者を見つけている、ということになる。自社のデータで、1時間以内に、概念実証は完了だ。

構造化した並列テストを実施したい場合、計測用テンプレートを無償で提供する。sales@executivesearch.ai まで連絡してほしい。

11 自己診断

社内で問うべき、8つの質問。

最初に問うべきは「AIソーシングを導入すべきか」ではない。業務診断のセットである。チェックの数を競うのが目的ではない。**具体的な数字で答えられる質問**と、**抽象論でしか答えられない質問**を切り分けるためのものだ。後者のリストこそ、取り組むべき場所だ。

- ☐ 直近90日間の**平日の受信返信数の平均**を、推測ではなく計測した数字として把握しているか?
- ☐ **候補者品質の十分位ごとの返信率**を把握しているか? それとも、全体平均しか見ていないか?
- ☐ リクルーターの1週間のうち、**リスト作成と選別に費やされる割合**はどれくらいか? 30分のカレンダー監査で計測したことはあるか? 多くの現場は40〜50%と推測する。実測すると60〜70%だ。
- ☐ **返信数の多い日の月内分布**を把握しているか? それとも、平均値しか見ていないか?
- ☐ 直近12ヶ月の**JD受領から最初の適格ショートリスト提出までの平均時間**はどれくらいか? 伸びているなら、競争上の地盤は失われつつある。
- ☐ 実在する自社案件で、同じリクルーターが両方を担当する形で、**AIソーシングと手作業ソーシングの並列比較**を実施したことがあるか?
- ☐ 明日、同業のエージェンシーが「同じ手数料水準で、リクルーター1人あたりの返信量1.97倍」を発表したら、**今後30日以内の具体的な対応策**は何か?
- ☐ 自社のリクルーターのうち、各案件について**「ぴったりの候補者」を定義する企業ティア・在籍年数のパターン・語学シグナル**を即答できるのは、何割か?

スコア解釈

7〜8項目で具体的に答えられる: AIソーシングを厳密に評価できる水準にある。第10章の並列比較に進んで構わない。

5〜6項目: 計測している領域では強い。だが、結果の分布まわりに穴がある可能性が高い。

3〜4項目: 計測と直感の混在で運営している。ツール評価より先に、受信返信の分布計測から始めたい。

0〜2項目: 計測ベースで動いている競合と戦っている状態だ。内側から見えるよりも、ギャップは広い。

12 ここから先

率直な見解。

AIソーシングは本物だ、と判断したエージェンシーと社内採用チームは、今後18ヶ月をかけて、それに見合う運用習慣、計測の仕組み、候補者パイプラインを作っていく。本物ではないと判断したチームは、同じ18ヶ月を、今のキャパシティのまま戦うことになる。手数料体系は同じ。だが相手は、自社の1.5〜2倍のキャパシティで動いている。

本書の返信データは、予測ではない。同じ現場で、同じ人たちが、同じ仕事をしていたところで、すでに起きた事実の記録である。仕組みに、目新しいところは何もない。変えたのは、リストだけだ。

改善は、量だけの話ではない。安定もしている。日々のばらつきが減った。これによって、その先の売上が、エージェンシーにとって本当に計画できるものになる。

本書のほかの内容は、すべてこの帰結である。ESAI Scoreが77%上がったから、返信率が上がった。返信率が上がったから、面談数が増えた。面談数が増えたから、成約数が増えた。成約数が増えたから、構造的に縮んだ手数料プールのなかで利益率が改善した。仕組みは明快。計算も明快。残っているのは、自社の現場で試す、というステップだけだ。

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。**今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。動くのは、もっと居心地が悪い。何もしないという選択も、他と同じくひとつの判断だ。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 · ソーシングを担うすべてのチームへ

エージェンシーが作り、自社の現場で検証した。

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ファーストで動いている、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。**必要としていた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や企業の採用チームに開いている。**

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、526日分の返信ログ、本書のすべての運用数字。これらはすべて、昨日まで私たちの現場を動かしていたのと同じプラットフォームから来ている。

Headhunt.AI

7万5,000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。実在する自社案件1件で検索する。担当のリクルーターにリストを見せる。問いをひとつだけ投げる。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。しかも、リクルーター1日分以下のコストで。

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