

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。

受信返信40件超の日 ・ 導入後と導入前

# 9.6×

玖

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。

## 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日あたり  
返信数の平均

**1.97×**

平日返信の  
倍率

**+4652** **9.6×**

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、コマース、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。

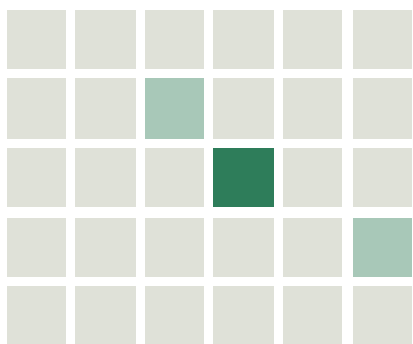
見出しの数字を見れば、平均が動いたことはわかる。だが、分布の形までは見えない。四半期ごとに売上を読むエージェンシーにとっては、見出しの数字より、返信分布の形のほうが重要だ。

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

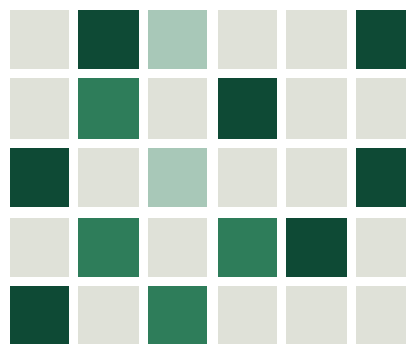


**30日のうち、返信30件以上は3日。**

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。”

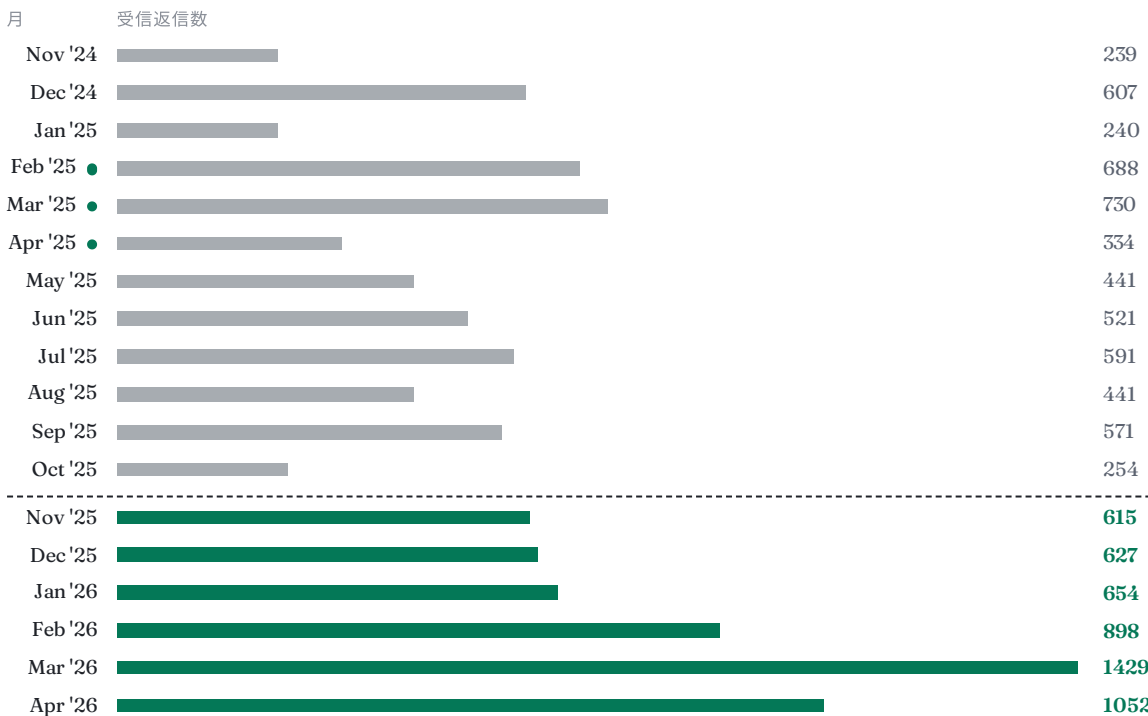
04 17ヶ月の全体像

# 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。



Headhunt.AI | 2025年11月 導入

● 前年同月比較の起点

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

↗ **+31%**

688 → 898

3月 ・ 最も厳密な比較

↗ **+96%**

730 → 1429

4月

↗ **+215%**

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5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、コンピュータ費用で数十万ドル。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、コマース、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。

**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。

**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。

**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ри、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