ブリーフィング 10 · タレントリーダー

現場と採用を、AIで近づける。

誰も認めようとしない、すれ違いの問題。そして、検索が始まる前にそれを閉じる仕組みについて。

2×

拾

面談化率の向上

スカウトメールに、現場マネージャーが事前確約した面接しきい値を載せた場合。株式会社ESAI Agencyの現場、2025年5〜12月。

株式会社ExecutiveSearch.AIのHeadhunt.AI本番データに基づく。外部参照として、Metaviewによる2026年・採用責任者と現場マネージャー505名のアラインメント調査を併用。

目次　本書について

全11章で お届けする内容。

本書は、企業内採用部門を率いる責任者に向けて書かれている。データの軸は2つ。外部調査として、2026年に北米・欧州で実施されたアラインメント調査(回答者505名)。自社データとして、Headhunt.AIの日本市場本番実績(5000件規模の株式会社ESAI Agencyスカウトメール A/Bテストを含む)。

01 組織のボトルネック。
「良好か、優れている」という評価の裏で起きていること。

02 先行指標。
3分の2のチームが、毎月、適格候補者を競合に奪われている。

03 双方の本音。
どちらも正しい。それが、診断だ。

04 同じ断層を、日本側から見る。
米欧のアラインメント問題、日本のコミットメント問題。構造は同じ。

05 正しいAIと、間違ったAI。
並走する個別コパイロットではなく、共有のシステムを。

06 求人票を出す前のすり合わせ。
3つの仕掛けと、3番目が生む面談化率2倍。

07 検索中の、共有のエビデンス。
スクリーニングガイダンス、ESAIスコア、二言語のフィットサマリー。

08 本番データ、自社の現場。
2026年第1四半期、株式会社ESAI Agencyの実績。

09 3つの運用モデル、1つのアーキテクチャ。
ライセンス、AgentRPO、1案件パイロット。エンジンは変わらない。

10 社内に問うべき、7つの質問。
診断チェックリスト。各設問は、ギャップの兆候に対応する。

11 率直な見解。
ギャップは計測できる。コストも、改善幅も。

01 組織のボトルネック

組織のボトルネック。

採用責任者に「あなたのチームと現場マネージャーは、うまく機能していますか」と問えば、ほとんどがイエスと答える。嘘をついているわけではない。ただ、本当に重要な問いとは別の問いに答えているだけだ。

Metaviewが2026年に実施したアラインメント調査では、北米・欧州の採用責任者と現場マネージャー、計505名が回答している。表面の数字としては、90%が、採用責任者と現場マネージャーのパートナーシップを「良好か、優れている」と評価している。同じ調査をさらに掘り下げると、回答者の58%が、本音では「相手側を回避できるなら、そうしたい」と考えている。

この2つの数字は、矛盾していない。これこそが診断結果である。プロとしての礼節とは、本当に解決すべき問題が解決できないときに、チームが互いに示す態度のことだ。

本調査データ · 採用チームのアラインメント · 2026年

表面の答え、その下に埋もれた答え。

90%
パートナーシップを「良好か、優れている」と評価

58%
本音では相手側を回避したい

67%
毎月、適格候補者を競合に奪われている

出典:北米・欧州の採用責任者および現場マネージャー505名を対象とした、2026年アラインメント調査。

> プロとしての礼節とは、本当に解決すべき問題を解決できないときに、チームが互いに示す態度のことだ。

02 先行指標

3分の2のチームが、毎月、候補者を失っている。

礼節が本当のコストを生んでいる、その先行指標が「適格候補者の流出」だ。同調査によれば、67%の採用チームが、より動きの速い競合に対して毎月、適格な候補者を失っている。「優れている」未満のパートナーシップを持つチームは、その頻度が60%多い。月次の流出率で見れば、80%対50%である。

採用チームの実態に当てはめると、コストはあっという間に積み上がる。

試算例・アラインメントギャップを成約数で見る。

1四半期に50件の面談を回す採用チームは、年間200件の候補者面談をこなす。『Trusting the AI』(ブリーフィング08)で示した「成約1件あたり39.6面談」の比率に置けば、年間の成約はおよそ5件。本調査のデータでは、「優れている」未満のチームは月次の候補者流出を80%、優れているチームは50%報告している。この差を適格面談1件の喪失頻度に変換すると、どの妥当な想定でも、両者の成約数差は年間0.3〜0.5件になる。適格面談1件あたりの期待売上¥107,676(同出典)で計算すれば、見送られた売上は年間で数百万円規模になる。試算であり、プラットフォームの出力ではない。重要なのは向きだ。礼節は、運用上は安く済む。アラインメントを欠いた礼節は、運用上、高くつく。

> 候補者は、大事にされなかったから去るのではない。誰かが先に動いたから、去るのだ。

03 双方の本音

どちらも正しい。それが、診断だ。

本調査のオープン回答セクションのデータは、見出しのパーセンテージのどれよりも雄弁だ。現場マネージャーと採用責任者は、「相手にわかってほしいことは何か」と問われたとき、相手個人への不満を語らない。語るのは、エビデンスとスピードについてだ。

同調査のオープン回答セクションより。

現場マネージャーの声

「量より質。マッチしない候補者で、私の時間を無駄にしないでほしい。」

「もっと速く動いてほしい。競合に候補者を奪われている。」

採用責任者の声

「私の専門性を信頼してほしい。これが私の仕事だ。」

「もっと早くフィードバックがほしい。あなたの遅れが、候補者を逃している。」

並べて読むといい。現場マネージャーが求めているのは、より確かなエビデンスを持つ候補者を、より速く。採用責任者が求めているのは、自分の判断が信頼されること、そしてフィードバックループが閉じること。どちらの不満も、相手個人についてではない。すべて、互いのあいだに横たわる**エビデンスの層**について語っている。(本調査では「Recruiting leaders」という用語が使われている。本書では、その日本語訳として「採用責任者」を用いる。)

> どちらも正しい。それが、診断だ。

04 日本から見る

同じ断層を、日本側から見る。

アラインメントギャップは、米欧で計測されている。日本のコーポレート採用市場には、表面に現れる症状は異なる。だが底にある断層は、同じものだ。そして私たちには、それを示す25ヶ月分のデータがある。

『The Decision Gap』(ブリーフィング03)で、株式会社ExecutiveSearch.AIのコーポレート顧客全体に起きている構造変化を記録した。2次面接から最終面接への通過率は、49%から33%へ低下した。一方、その先のクローズ率は18ポイント上がり、40%から58%になった。スタート時点の母数は同じ、だが採用件数は31%減。ファネルは、コミットメントの段階で漏れている。

断層	外部調査 · 北米+欧州	EXECUTIVESEARCH.AI · 日本25ヶ月ファネル
何を計測しているか	パートナーシップ評価、候補者流出率	段階別の通過率
症状が現れる場所	67%のチームが、毎月、候補者を失う	2次→最終の通過率が49%から33%へ
底で壊れているもの	現場マネージャーと採用責任者のあいだの、エビデンスの層	現場マネージャーと採用委員会のあいだの、エビデンスの層
ギャップを閉じる手段	コミットメントの上流に、共有のエビデンス層を設置する。	

2つの市場、2つの症状、1つの構造的な解。共有のエビデンス層をもっとも安く設置できる場所は、**求人票そのもの**、つまり検索が始まる前の段階だ。

> 2026年の調査は、米欧でギャップを計測している。私たちの日本ファネルデータは、同じ断層を、コミットメントの段階で示している。

05 正しいAI、間違ったAI

正しいAIと、間違ったAI。

本調査のもっとも鋭い発見は、「AIは採用チームを助ける」ではない。「**どのAIが、どんな採用チームを助けるか**」だ。データは、2つのアーキテクチャを綺麗に切り分けている。

AIを「**共有のシステム**」として扱うチーム、つまり双方が同じエビデンスから動くチームは、現場マネージャーと採用責任者の関係を「優れている」と評価する確率が3.8倍高い。検索を開始する時点で、68%のケースで高いアラインメントを獲得している。AIを使わないチームの49%に対し、先行指標で40%の改善だ。一方、AIを「並走する個別のコパイロット」として扱うチームには、こうした効果は表れない。

間違った形

並走する、個別のコパイロット。

リクルーターには、彼ら用の生産性ツール。現場マネージャーには、彼ら用の別の生産性ツール。導入は現場主導(ボトムアップ)。双方とも、自分の作業については速くなる。だが、合意しなければならないことについては、互いの距離が遠ざかる。

正しい形

共有のシステム、1つのエビデンス源。

順位付け済みの候補者リストが1つ。スコアリング基準が1つ。フィットサマリーが1つ。現場マネージャーと採用責任者は、どの候補者から見るかについて議論する必要がない。すでに、同じリストを、同じエビデンスで、同じ順序で見ているからだ。

> “ひとりひとりを速くする2つのツールを足し合わせても、ともに動くチームにはならない。

06 検索が始まる前に

求人票を出す前に、すり合わせる。

ほとんどのAIソーシングツールは、求人票が確定し、検索が始まったあとに動き出す。Headhunt.AIは、400万件超の日本特化プロフィールに対して、ランキング済みの候補者リストを**1〜2分**で返す。つまり、現場マネージャーと採用責任者は、求人票が固まる前に、市場に何があるかを見ることができる。

以下に挙げる3つの仕掛けのうち、2つはキャリブレーション(目線合わせ)についてだ。3番目はコミットメント。表紙にある面談化率2倍を生むのは、この3番目である。

仕掛け 01 · キャリブレーション

求人票を、市場の現実に当てる。

現場マネージャーが、絞り込んだ条件で求人票を書く。経験年数のレンジ、語学要件、年収レンジ。採用責任者は、その条件に当てはまる候補者は十分な数いないのではと感じる。公開する前に、ドラフト求人票をHeadhunt.AIに通す。双方が、その条件で実際に返ってくる順位付け済みリストを見る。「ブリーフが狭すぎた」という会話は、これまで進まない検索の3週目に発生していた。それが、キックオフから5分のうちに起きる。

仕掛け 02 · プレッシャーテスト

語学要件と年収レンジを、コミット前に検証する。

同じクエリは、2つ目の摩擦をあらわにする。現場マネージャーは、前任者がそうだったからという理由で「N1のバイリンガル」を求人票に書き込む。プラットフォームは、推定される日本語シグナル上で、現実の候補者がどこに分布しているか、そしてN1相当の人材が、現在の報酬水準にどう位置しているかを示す。採用責任者は、もう議論しなくていい。データが語ってくれる。求人票は、言語要件か、年収レンジか、あるいは両方を改訂したうえで公開される。2ヶ月の的外れなソーシングが始まる前に、意図的に、一度だけ。

> 的外れな検索を直すのに、もっとも安い場所は、まだ公開されていない求人票だ。

06 続 · 事前確約しきい値

事前確約のしきい値。2倍を生むメカニズム。

3つ目の仕掛けは、本調査の「共有のシステム」という発見と、もっとも整合する。そして、本番運用の数字が付いている唯一の仕掛けだ。生産性機能と誤読されにくい仕掛けでもある。これは、ワークフローツールではなく、**コミットメント装置**である。

仕掛け 03 · コミットメント

事前確約済みの面接しきい値を、スカウトメールに載せる。

検索を始める前に、現場マネージャーが、ドラフト求人票に対してプラットフォームが返した上位20名の候補者を見る。そして、しきい値を確約する。「この案件で、ESAIスコア70点以上の候補者からポジティブな返信があれば、5営業日以内に、私が直接面接する。」 Headhunt.AIのスカウトメールは、その確約を本文に載せる。私たちの現場では、これを「面談確約スカウト」と呼んでいる。

株式会社ESAI AGENCY · 2025年5月〜12月 · A/Bテスト · N=5000

コミットメントを本文に載せると、面談化率は2倍になる。

2×
面談化率の向上

5000
A/Bテストの候補者数

8ヶ月
テスト期間（2025年5月〜12月）

出典:株式会社ESAI Agencyの本番データ。スカウトメールの2つの版を比較。一方は標準的なアウトリーチ、もう一方は現場マネージャーが事前確約した面接しきい値を本文に載せたもの。方法論の詳細は付録参照。

> 返信率は、文章で動かせる。だが面談化率は、何を本当に確約したかで動く。

07 検索中の、共有のエビデンス

検索が始まったあと、共有のエビデンスとは何か。

第6章で築いたアラインメントは、実際の検索プロセスに耐える必要がある。それを支えるのは3つの構成要素だ。どれも、現場マネージャーと採用責任者がともに使うエビデンスであって、どちらかが単独で動かす生産性ツールではない。

01 **スクリーニングガイダンス。**

キックオフの段階で、現場マネージャーは一度だけ、自由形式の自然言語で、求人票には収まらないニュアンスを書く。時間さえあれば、サイドバーの会話で採用責任者に伝えたであろう内容のことだ。AIは、その文脈をランキングと、各候補者のフィットサマリーに反映する。スクリーニングガイダンスは、事前のアラインメントをコード化し、下流のすべての判断へと運ぶ。

02 **ESAIスコア(0〜100点)と、その根拠。**

すべての候補者に、数値スコアと、その背後にある根拠が付く。どの次元で高得点か、どの次元で低いか、プラットフォームがプロフィールから何を推定し、なぜそう判断したか。採用責任者が現場マネージャーに候補者を売り込む必要はない。**エビデンスが売り込む。**そして、しきい値は仕掛け3で事前確約済みだから、現場マネージャーはすでに「ライン超えの候補者は面接する」と合意している。

03 **二言語のフィットサマリー。**

構造化されており、現場マネージャーが履歴書を読み返さなくても判断できるよう書かれている。読み手に応じて、日本語か英語か。社内運用モデル(現場マネージャーは同じフロアにいる)でも、エージェンシーモード(「現場マネージャー」はクライアント企業の窓口)でも、同じ仕様で機能する。エビデンスの形は同じ、読み手が違うだけ。

> 現場マネージャーと採用責任者のあいだで、もっとも速い会話は、する必要がない会話だ。

08 本番データ

本番データ、自社の現場。

私たちは、Headhunt.AIを株式会社ESAI Agencyの現場で毎日使っている。2026年第1四半期、同じリクルーターが、Headhunt.AIで運用した結果と、過去の手作業ソーシングの四半期を比較した数字こそが、このアーキテクチャを日常運用で計測した、もっとも強い証拠である。

2026年第1四半期 · 株式会社ESAI AGENCY · 同じリクルーター · 1人あたりの改善

アーキテクチャは、ファネル全段階で複利的に積み上がる。

+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。同じ手数料。違うのは、エビデンスの層だけ。

各段階での通過率の改善はそれぞれ控えめだ。13〜14%。だが積み重ねれば、複利で効く。さらに上に重なる層がある。クレジット投入額あたりのリターンが、16週間の株式会社ESAI Agency運用で17.2倍(『Trusting the AI』、ブリーフィング08で詳述)。そして526日の本番ログにおいて、1日あたり返信数が+78%(ブリーフィング09)。最新の層が、事前確約済みのしきい値の仕掛け、つまり「面談確約スカウト」が生む面談化率2倍だ。第6章を支える数字でもある。

これらの数字は、エージェンシーの現場から来ている。エージェンシーにとっての「現場マネージャー」は、クライアント企業だ。アラインメントのアーキテクチャは、インハウスでの導入と同じ仕様。社内採用部門と社内現場マネージャーの関係でも、同じ構造的理由から、同様に複利が効くと考えるのが妥当である。

> 同じリクルーター。同じ市場。良くなったエビデンス。良くなったパートナーシップ。

09 3つの運用モデル

3つのモデル。1つのアーキテクチャ。

3つのモデルは、すべて底に同じエンジンを持つ。違うのは、誰が運用するか、そして検索前のアラインメントを誰が運ぶか、それだけだ。

モデル 01 · HEADHUNT.AIライセンス

御社の社内採用チームが、プラットフォームを運用する。

採用チームがログインし、求人票を貼り付ける。400万件超の日本データベースから、ランキング済みのショートリストを1〜2分で得る。現場マネージャーは、求人票のキャリブレーション段階と、事前確約しきい値の段階で参加する。共有のシステムは、御社の手元にある。クレジット制の料金体系。クレジットに有効期限はない。

モデル 02 · AGENTRPO

当社のリクルーターが、御社の案件で運用する。

同じアーキテクチャを、マネージドサービスとして運用する。御社の現場マネージャーは、キックオフ時に求人票のキャリブレーションに参加し、スカウトメール送信前に事前確約しきい値を確認する。アラインメントの作業は共同。検索の実行は当社。

モデル 03 · 1案件パイロット

1案件、AIスコア付き候補者20名、48時間、カード不要。

パイロットそのものが、アラインメントの試金石である。御社の現場マネージャーが、20名の候補者を、自身の感覚と照らし合わせる。エビデンスが自分の判断と一致するかを見る。検索にコストを投じる前に、ギャップが閉じるかどうかを学べる。

> 試金石は「AIは賢いか」ではない。「現場マネージャーと採用責任者が、ミーティングを終えるとき、同じページにいるか」だ。

10 自己診断

社内に問うべき、7つの質問。

診断チェックリスト。各設問は、アラインメントギャップの兆候のひとつを対象にしている。正直に答えるといい。**具体的な事実で答えられる項目の数**こそが、診断結果である。

- 現場マネージャーが、**ロングリスト納品から24時間以内**に候補者を採用責任者へ差し戻す率を、計測しているか。それとも、最終的な採用率しか見ていないか。
- 現場マネージャーがロングリストの候補者を見送るとき、**採用責任者が参照できる文書化された理由**が残るか。それとも、ふんわりとしたシグナルにとどまっているか。
- 求人票を求人媒体やエージェンシーに出す前に、現場マネージャーは、**その求人票で市場が実際に返してくる上位20名の候補者**を見ているか。見ていないなら、その求人票は、現場マネージャーが見ていない市場への賭けだ。
- 直近の5件の検索で、現場マネージャーは事前に**面接のしきい値**を確約したか。スコア、プロフィールの帯域、何か具体的なものでよい。採用責任者が、いちいち承認を取りに戻らずに候補者を選別できる基準だ。答えが「毎回ロングリストを確認した」なら、摩擦は御社のプロセスに組み込まれている。
- キックオフミーティングの何割が、現場マネージャーと採用責任者が、**同じフィット基準を、同じ言葉で**書き留めた状態で終わっているか。本調査によれば、AIを使わないチームで49%。御社の数字は。
- もし明日、まだキックオフ段階の案件に対してスカウトメールへ「はい」と返信が来たら、**その候補者を冷ます前に置く場所**があるか。月次67%の候補者流出率は、ここに棲んでいる。
- 直近の5件の採用について、現場マネージャーが、口頭での売り込みなしに、**採用責任者の初見サマリーだけをブラインドで読んでいた**としたら、何件を前に進めていたか。

スコア解釈

6〜7項目で具体的に答えられる: アラインメントは、ギャップが見え、対処可能になる程度まで計装されている。最速のストレステストは、1案件パイロット。

4〜5項目: 可視化はある、だが仕組みはない。最初に導入する仕掛けとして、もっとも安いのは事前確約しきい値。

11 ここから先

率直な見解。

現場マネージャーと採用責任者のあいだのアラインメントギャップは、実在し、計測でき、コストもかかる。同時に、**修復可能**だ。修復は、検索の上流、つまり求人票そのものに対して、双方が同じシステムで動く形で行われる。

2026年の本調査は、ギャップを閉じる「アーキテクチャの形」を指している。私たち自身の本番データ、自社の現場の数字は、その改善を生む「具体的な仕掛け」を指している。スカウトメールが、開かれた依頼ではなく、現場マネージャーの確約を載せたとき、面談化率は2倍になる。エンジンは同じ。アーキテクチャも同じ。**複利的に積み上がる改善は、アラインメントの形をしている。**

求人票の段階で共有のエビデンスを設置した企業は、次のサイクルで採用数を複利で積み上げる。並走する個別コパイロットを使い続ける企業は、同じヘッドカウント戦略のもとで、四半期あたりの採用数が目に見えて少なくなり、その差分のコストを吸収することになる。

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。**

最後に

> 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 · 採用責任者の方々へ

エージェンシーが作り、採用責任者の方々へ。

Headhunt.AIは、株式会社ExecutiveSearch.AIが構築・運用しているAIソーシングプラットフォームだ。私たちは2018年から、AIファースト型の人材紹介エージェンシーとして東京で運営している。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、同じオペレーションの転換を望む企業の社内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、二言語のスカウトメールエンジン、事前確約しきい値の仕掛け、そして本書の本番運用数字。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

1案件パイロットから始める

1案件、AIスコア付き候補者20名。48時間。カード不要。

オープンになっている案件を1つ、当社に送ってほしい。Headhunt.AIで実行し、候補者ひとりひとりにスコアリングの根拠を添えたショートリストを返す。あわせて、現場マネージャーが事前確約できる、推奨の面接しきい値も提案する。エビデンスが御社のアラインメントギャップを閉じるなら、規模を広げればいい。閉じないなら、その答えを**コストゼロ**で得たことになる。

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

付録 方法論

出典と方法論。

本書は、1つの外部調査と、Headhunt.AI / ExecutiveSearch.AIの3つの本番データセットを併用している。説得のためではなく、透明性のために掲載している。

外部調査

Metaview『2026 AI & Hiring Alignment Report』。 N=505(採用責任者252名、現場マネージャー253名)。 従業員200名以上の企業。北米および欧州。 19問の調査票、Cint経由で実施。 本書中の調査統計、すなわち90%/58%/67%の見出し数字、 50%対80%の候補者流出率の差、 3.8倍のパートナーシップ品質、 および68%対49%の初期アラインメント数値は、すべて本レポートに出典を持つ。

面談化率2倍・株式会社ESAI Agency A/Bテスト、2025年5〜12月

表紙および第6章で言及した面談化率2倍は、 株式会社ESAI Agencyの現場でのA/Bテストに出典を持つ。 2つのスカウトメール版を比較した。 一方は標準的なアウトリーチ。もう一方は、現場マネージャーが事前確約した面接しきい値を本文に載せた版、 つまり社内で「面談確約スカウト」と呼んでいる仕掛けである。 **サンプル数:5000名。テスト期間:2025年5月〜12月(8ヶ月)。** アウトカム指標:接触候補者1名あたりの面談化数。 事前確約版は、標準版に対して面談化率を2倍にした。

株式会社ESAI Agency 16週間 本番運用コホート

+38%/+13.8%/+13.5%/+14%の 2026年第1四半期の改善幅、および17.2倍のROIは、 16週間の自律本番運用に出典を持つ。 接触候補者123,675名、返信3868件、面談化1260件。 面談1件あたりの期待売上(¥107,676)、 および成約1件あたりの平均面談数39.6件は、同コホートから算出。 詳細な方法論は、『Trusting the AI』(ブリーフィング08) および『Briefing 09 · Production Evidence』に記載。

株式会社ExecutiveSearch.AI 25ヶ月 コーポレートファネル

2次面接から最終面接への通過率49%→33%、 その先のクローズ率40%→58%、 および通過数の31%減は、 2024年3月から2026年3月までの 株式会社ExecutiveSearch.AIコーポレート顧客全体に出典を持つ。 提出履歴書3852件、2次面接385件、最終面接165件、成約74件。 6ヶ月ローリングの2次→最終通過率に対する マン・ケンドール非パラメトリック検定:z = −2.42、p = 0.015。 詳細な方法論は、『The Decision Gap』(ブリーフィング03)に記載。