

HeaR Method

- 2021年6月1日 エンジニア採用ブランディング -

Let's Update

そもそも採用広報の役割

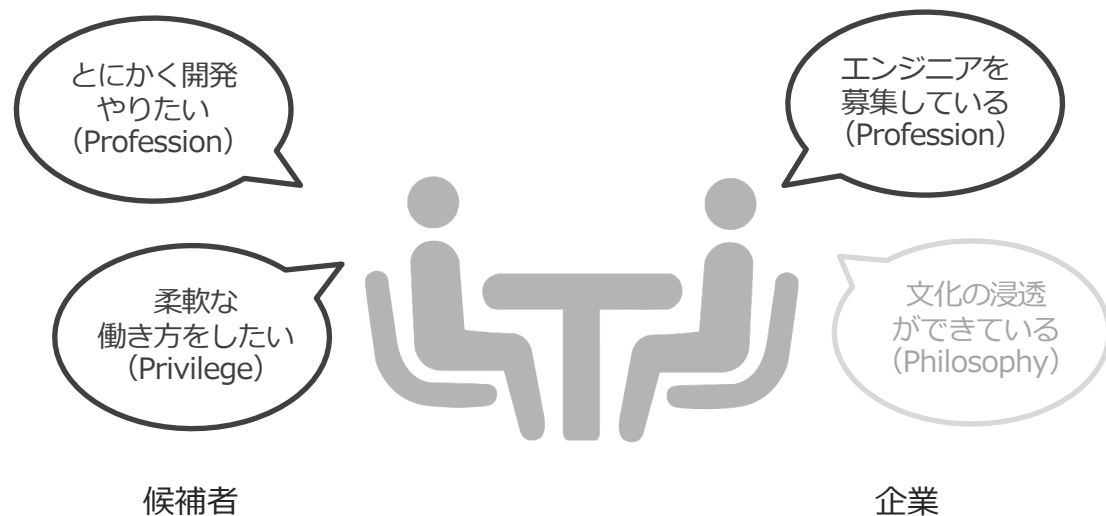
コンテンツを通して候補者のフェーズを進めること（スクリーニングも含む）



転職＝候補者のキャリア課題の解決

自社に入社することで候補者のキャリア課題が解決されることをアピールしなければなりません

候補者のキャリア課題をすべて解決できていないケース



候補者のキャリア課題をすべて解決しているケース

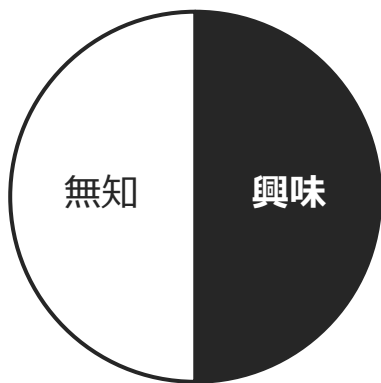


採用広報の役割（フェーズ別）

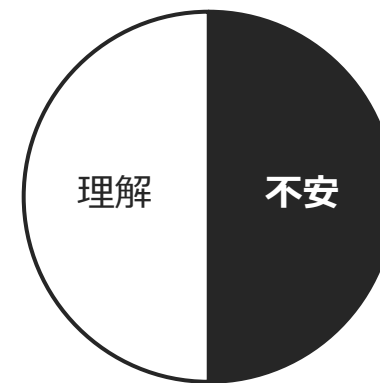
初期は意欲を上げることに注力、後半は不安を取り除くことに注力



候補者の意欲を上げる



候補者の不安を取り除く



ペルソナ設計例



開発 好男(28歳)

- ・ 東京都在住
- ・ 情報系大学卒業
- ・ 既婚/子供1人
- ・ 開発歴6年
- ・ コミュカ◎

T社で担うKPIと業務内容

◎KPI 「他競合製品より優位な機能の導入」

◎業務内容

- ・ 新機能追加における市場調査
- ・ 大枠、仕様書に応じた開発
- ・ 新機能リリース

KPI達成に必要なエッセンス

- ・ 新しい技術の勉強に熱心
- ・ マネージャー層に対してはっきり意見を言える
- ・ シンプルに技術が大好き
- ・ 顧客とのコミュニケーション能力
- ・ 人から好かれる愛され力
- ・ 何か一つに熱中するオタク気質

エピソード(経歴)

エンジニアリングに興味があり、大学は情報系の大学に進む。新卒は、幅広い案件に携われる事、将来的にプロダクトマネジメントを行なっていきたいと思い、中堅SIerに入社。現在は大きな案件も任せてもらう事も多かったが、組織の古い技術に対する執着や、しばらくマネジメント経験が積めない事に不満を感じて転職を考えている。

学生時代の友人と再会した時に、ITベンチャーでPdMとしてチームを牽引している話を聞いて、もっと技術側をマネジメントできる当事者の働き方がしたくなった。しかし、奥さんや子供がいるためベンチャーへ挑戦する事へ若干の不安を抱えている。

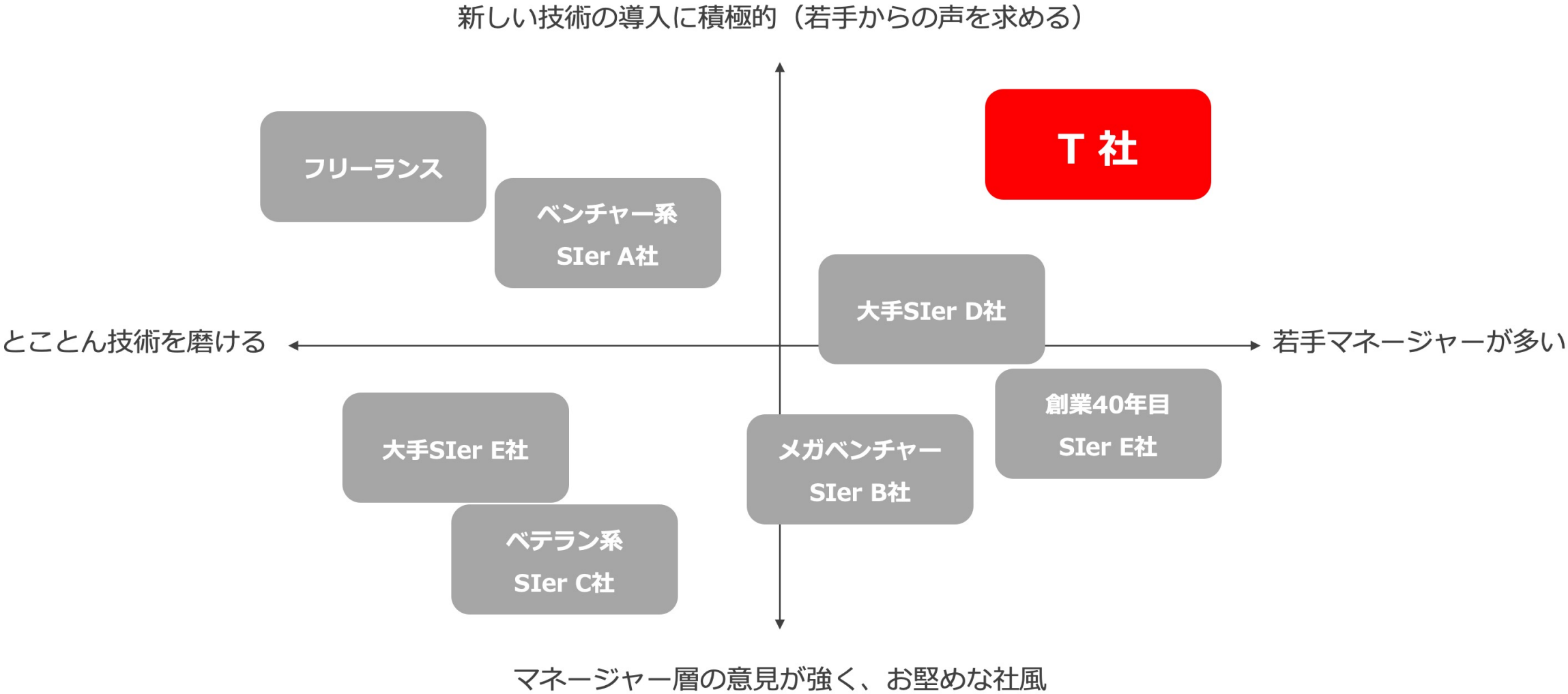
キャリアにおける自身のwill

- ・ どこでも通用するエンジニアとして、常に新しい技術を勉強していきたい
- ・ 技術だけではなく、マネジメントの経験も積んでいきたい
- ・ ベンチャー志向が強い社風で市場価値を高めていきたい
- ・ とはいえ、子供もいるため多少安定した環境で働きたい
- ・ 大前提として楽しく仕事をしている人たちと働きたい

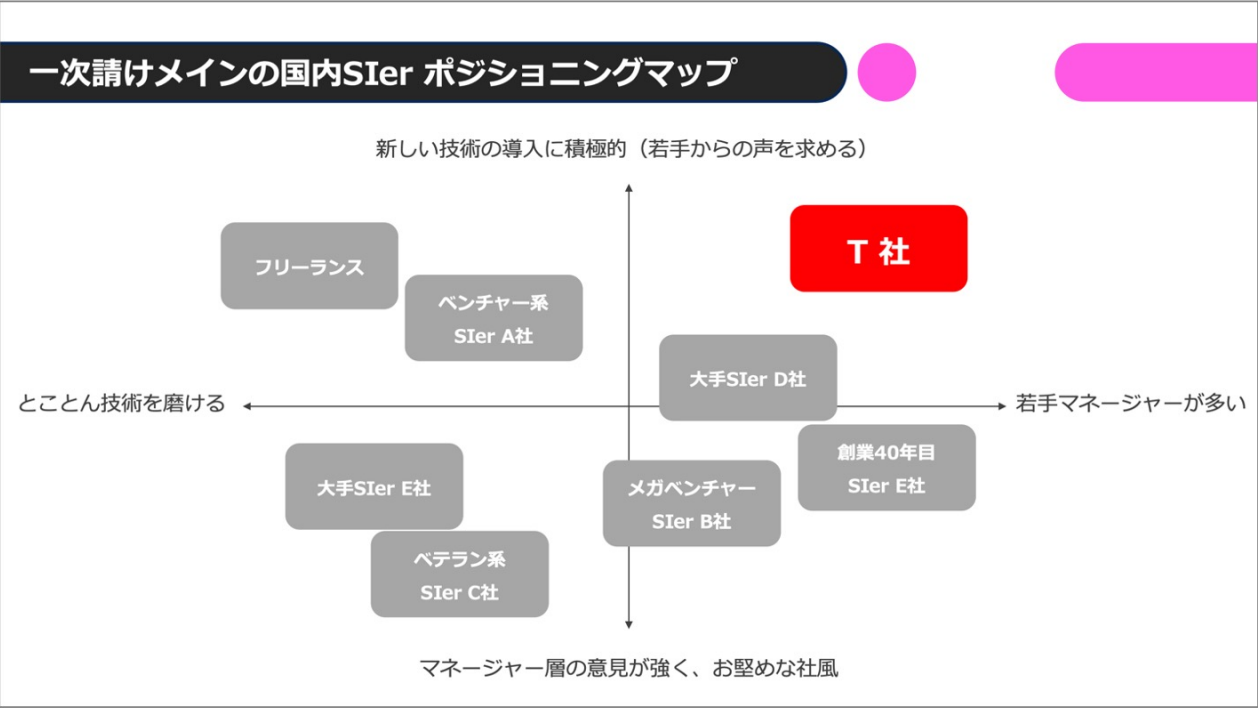
次のキャリアに求める環境

- ・ 新しい技術の導入に前向きな社風
- ・ 若手でも顧客に提案できるマネージャーを担える環境
- ・ ある程度は安定したワークライフバランスを意識できる環境
- ・ 下請け案件だけしか受注できないSIerではないこと

一次請けメインの国内SIer ポジショニングマップ



ポジションを取りに行くために打ち出したい内容



新しい技術の導入に前向きな社風

最新技術の学習支援を目的とした福利厚生の紹介など、組織として最新トレンドの技術を取り入れる文化が強いことを訴求。また、勉強熱心な若手が意見できる環境として、定期的な「技術普及会」の開催や、それによって改善された事例等を紹介していく。



適性に応じたマネージャー登用

技術に対する高いレベルとマネジメント特性さえ備わっていれば、30歳前後からマネジメントレイヤーに携われることを訴求。
一方、あくまで技術を理解している人しかマネジメント権限がないことを伝える。

自社の魅力を「4P」で分類

自社の強みを見える化することで訴求の方向性を定めやすくなります



Philosophy

企業理念

- ミッション/ビジョン
- 創業経緯
- 社名の由来
- 沿革



People

人・文化

- 経営陣紹介
- メンバー紹介
- 企業文化/バリュー
- 組織図



Profession

事業・業務内容

- 事業内容/ビジネスモデル
- 競合優位性
- 今後の戦略
- 業務内容



Privilege

働き方・待遇

- 働く環境/働き方
- 福利厚生
- オンボーディング内容
- 給与テーブル/評価制度

「4P」に紐づくインサイト

4Pに紐づくインサイト（課題）を理解しておくで候補者を魅力づけしやすいです



Philosophy

企業理念

- 社会的意義のある仕事がしたい
- 自分の原体験と近い事業が良い
- 目的を持って働きたい
- 現職のビジョンに共感しない



People

人・文化

- 一緒に働く人は重要だ
- レベルの高い人と働きたい
- 働きやすい風土が大切
- 今の職場はギスギスしている



Profession

事業・業務内容

- 新しいスキルを身に付けたい
- ○○職として働きたい
- 事業内容にこだわりたい
- 前職では○○ができなかった



Privilege

働き方・待遇

- ワークライフバランスを重視
- お給料も大事
- 働きたいエリアがある
- 前は柔軟な働き方ができなかった

「4P」に紐づく候補者の不安

選考過程で聞かれる質問からコンテンツ化していくと良いでしょう



Philosophy

企業理念

- 理念は浸透しているのか？
- 理念と事業に矛盾はないか？
- 理念と組織に矛盾はないか？
- 理念は変わらないのか？



People

人・文化

- 面接官以外の人気になる
- 配属チームの人を知りたい
- 配属チームの文化を知りたい
- 文化の実態を知りたい



Profession

事業・業務内容

- 事業の実態を知りたい
- 業務内容の実態を知りたい
- 業務内容に変更はあるのか？
- 業務内容の詳細を知りたい



Privilege

働き方・待遇

- 働き方の実態を知りたい
- リモートワークの手続きを知りたい
- 転勤はないだろうか？
- 昇給はできるだろうか？

コンテンツ戦略は4P×3フェーズで考える

候補者の転職軸・選考フェーズによって求める情報が異なるため、網羅的にコンテンツを作成しましょう

フェーズ/4P	Philosophy (企業)	People (人)	Profession (事業)	Privilege (待遇)
無関心				
認知-応募				
選考-入社				

コンテンツ作成の優先順位

以下2つの質問に回答しながらコンテンツ作成の優先順位をつけましょう

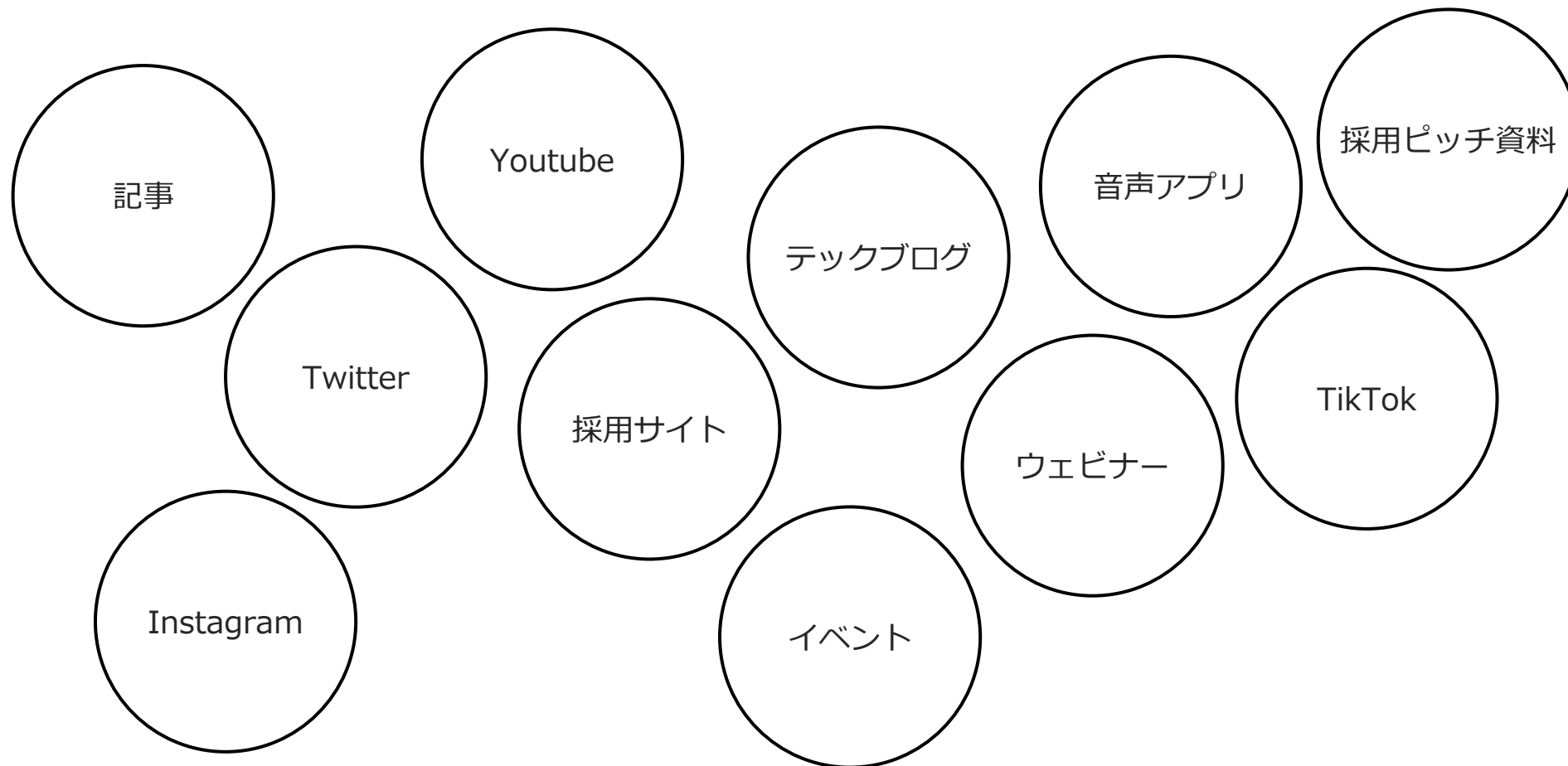
候補者から高頻度で
質問があるユースケースか？

+

その説明をする場合
1候補者あたり何分程度費やすか？

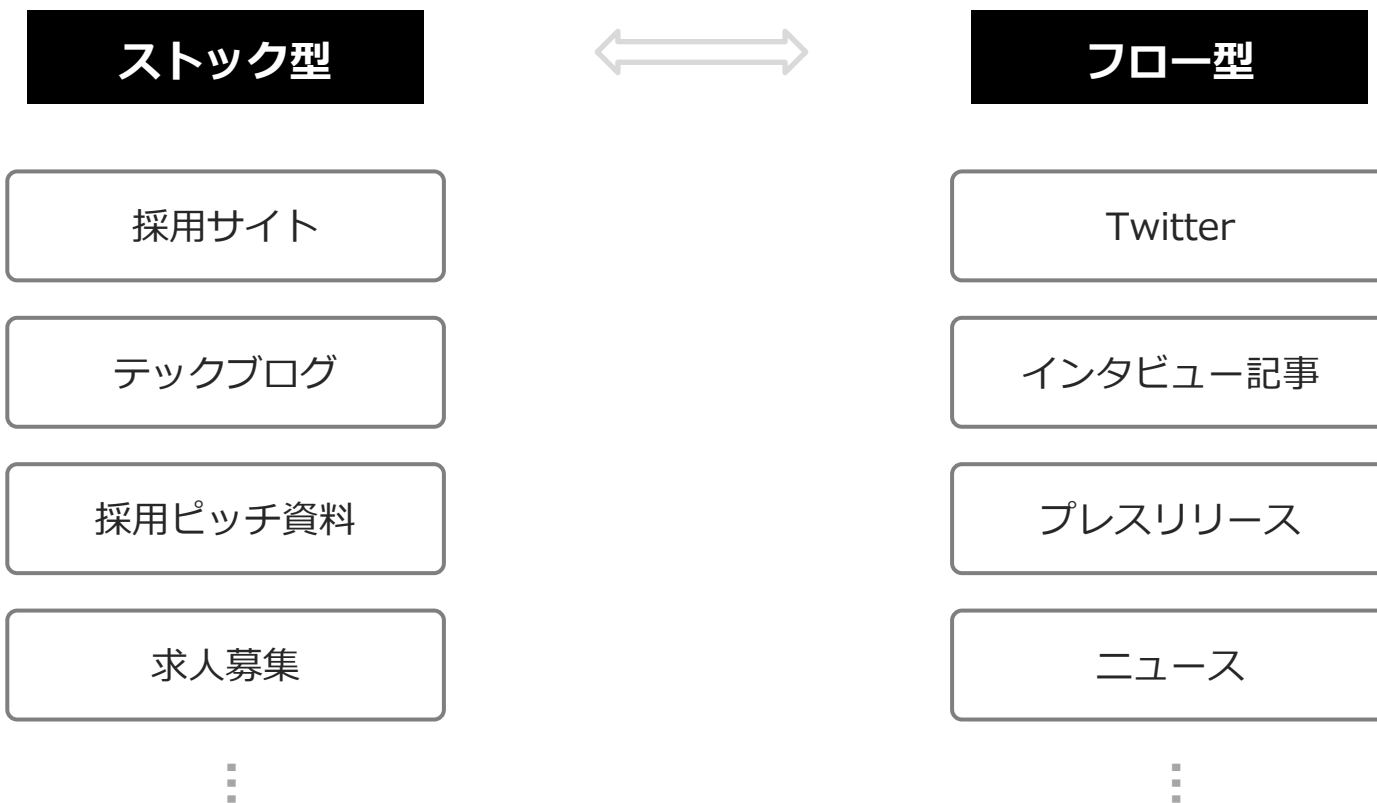
採用広報のコンテンツ例

目的や自社との相性を鑑みながら選択しましょう



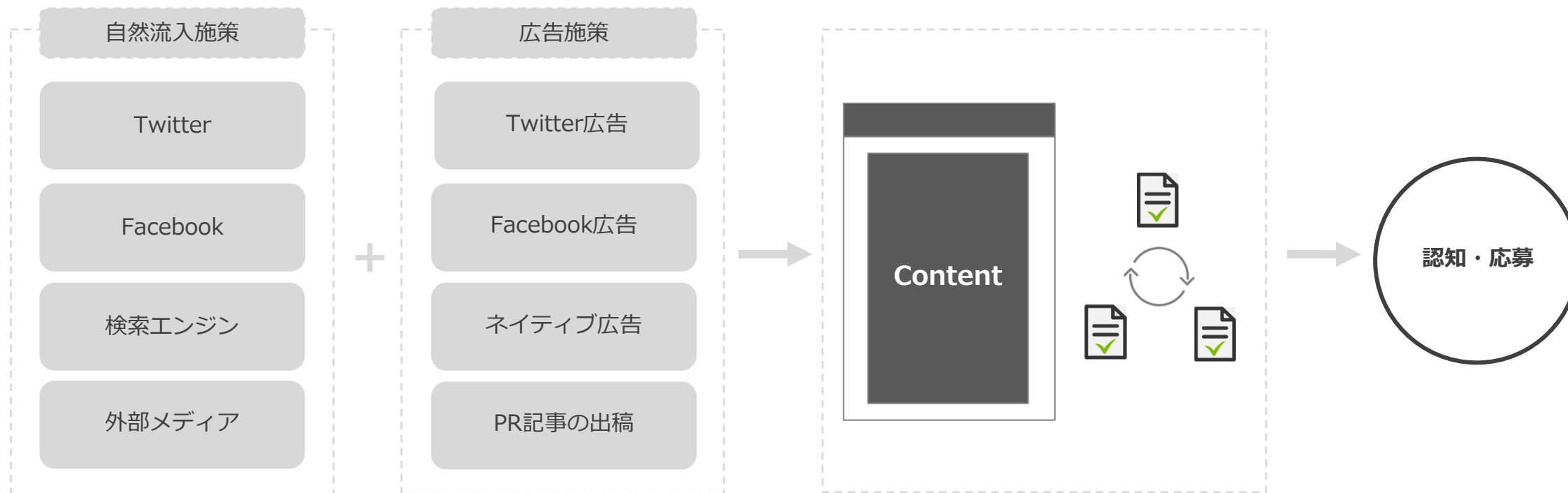
コンテンツの種類

フロー型コンテンツに注力する前にストック型コンテンツを揃えましょう



拡散経路も並行して用意する

コンテンツを読んでもらう・見てもらうための施策も同時並行で進めましょう



コンテンツ企画案の考え方その1

切り口	詳細	企画例
秘密を公開する	袋とじを見てしまうようなイメージ。「これはちょっとイケナイものを見てしまっているのでは」と感じるものはどうしても読みたくなる。	マネージャーがチームメンバーの信頼を得るために、コッソリやっていることは？
手に入れにくい情報や、手に入れる手間を代行するような情報	ランキング記事やデータ系の記事など。「これ知りたいかも」と思っても、自分で手に入れるのが困難な情報	日米、最先端の企業のミッション100個と自社のミッションをポジショニングしてみた
逆張りをする	世の中の主義や主張、トレンドと逆のことを伝える切り口。情動を伝えやすく、右倣えのコンテンツとも一線を画す。あとは意外と同じことを思っている人がいたりして、共感によるシェアが生まれやすい。	働きやすさを強みにしている企業はカッコ悪い。ただひたすらミッションへのコミットを求めた採用活動/早期採用とかツライだけじゃない？ かかった工数を分析してみた
関係を逆さまにしてみる	主述を逆転させたり、ステークホルダーの視点に立つ。今までなかった観点になるので、新鮮さがあるし、同じことを伝えるのでも説得力が変わる。	学生のつもりで、REの新卒採用を受けてみた話/人材エージェントになぜREを紹介するのかインタビューしてみた
リアルやデータ、記録にこだわる	採用広報って良いことを言いやすいから、胡散臭くなる。データや記録を出すことで疑う余地のない情報を出す。そこが差別化になり得る。	満足度がもっとも高いペアの1on1、全て公開します。
歴史を遡る	みんな歴史ものが大好き。三国志とか。いくらでもコンテンツがあるので、困ったらコレ。	新規事業がどう困難を乗り越えていったのか。PMの日記からみる課題解決の方法
テレビの企画から考えてみる	テレビのウケている企画は切り口とか表現がおもしろいのでパクれます。水曜日のダウンタウンとか、クイズ系とか、ちこちゃんとか	ちこちゃんになりきって、社長に360度フィードバックをしてみる/REで格付けチェックをしたら、泥臭い雑草魂の人間しかいなかった

※参照：差がつく採用広報の「7つの切り口」！

コンテンツ企画案の考え方その2

要素	概要	例
唯一性	ナンバーワン・オンリーワン	日本初の〇〇・弊社独自の〇〇・業界No.1の〇〇 など
社会性	社会的に影響が大きいネタ・社会課題	コロナウイルス・SDGs・少子高齢化・仕事満足度 など
時事性	季節性・今話題の現象	GW・入社式・DX・リモートワーク など
意外性	「へえ」と感心させたり、「え？」と驚くインパクトがあること	〇〇なのに△△（渋谷のお弁当屋）・麻雀採用 など
人間性	サービスに関わった人の想いを伝える・「物語」をアピールする	〇〇の事業責任者に聞く・〇〇の運営苦悩 など
影響性	影響力のある人とコラボ	〇〇氏とコラボ企画・〇〇氏に利用いただきました など

インタビューの事前準備

当日までにインタビューに用意してもらいましょう

「エピソード」ベース

当企画でこれだけは伝えたい
エピソード
(2つ以上が望ましい)

- ・上司の〇〇と商談後にラーメン屋に行った時に言われた△△という言葉。
- ・〇〇のプロジェクトにおける△△の課題を★★というソリューションを通して解決した話。
- ・私は自社のミッション「〇〇」について△△と思っている話。 など

or

「キーワード」ベース

当企画の論旨として思い浮かぶ
キーワード
(3-4つ以上が望ましい)

- ・感涙した褒め言葉
- ・残酷な意思決定
- ・一致団結のエンジニアチーム
- ・正直、無理だと思った
- ・ミッションに共感 など

コンテンツシート例

5W2Hや読後感などを事前に整理しておきましょう

大項目	中項目	小項目	記入欄
タイトル			
	案1		
	案2		
	案3		
5W2H			
	Why		
	What		
	Where		
	When		
	Who		
	How to		
	How much		
読後感 構成			
	段落1		
		概要	
		読後感	
		想定質問1	
		想定回答1	
		想定質問2	
		想定回答2	
		想定質問3	
		想定回答3	

- Why : 企画の目的を定める
その記事でどのような態度変容を起こしたいのかを決める
- What : 記事の主張を決める
記事で伝えたいことを一言で表せるくらいシンプルに落とし込む
- Where : どこに出すか
プラットフォームによってコンテンツのテイストが変わってきます
- When : いつごろ公開するのか
時期性・時事性を加味した企画案を作ることが可能です
- Who : 誰がその記事に出るのか
担当者なのか役員なのかによってコンテンツのテイストが変わる
- How to : どんな切り口で伝えるか
後述
- How much : いくらで実施できるのか
1本あたりにかけられるコストを事前に把握しておきましょう

インタビュー時に意識すること

水平質問を通してコンテンツの核を探し、核が見つかったら垂直質問で深みを出します

6W2Hに沿って聞く

- When (いつ)
- Where (どこで)
- Who (誰が)
- What (何を)
- Why (なぜ)
- Which (どちらが)
- How (どのように)
- How many (どれくらい)

時間軸を行き来しながら聞く



話を掘り下げていく

具体的に聞く

「例えば?」「具体的な状況を教えて」

変化を聞く

「〇〇の前と後」「〇〇の上と下」

比較して聞く

「△△の説もあるがどのようにお考えですか」

タイトルの付け方

まず「ベース」を考え、そのあと「フック」を足していく流れが考えやすいです

タイトル

=

ベース

+

フック

「この記事は何について書いているのか」
をシンプルに表現しているパート

「タイトルにヒキをつくる」パート

タイトルのフック要素一覧

以下のいずれかを意識してタイトルづくりを行いましょう（組み合わせも可）

	内容	タイトル例
1. 自分ごと化	読み手のターゲットを絞る	人見知り必見！自己紹介を成功させる事前準備とポイント
2. 自分の周りごと化	読み手の「周りの人」にターゲットを絞る	話が長いあの人に教えてあげたい！ロジカルシンキングのトレーニング法まとめ
3. 話者の意外性	話者の意外性を訴求する	現役二ートが教える東大合格勉強法
4. 情報の意外性	情報の意外性を訴求する（常識を覆す・今まで知らなかったこと）	羊を数えても眠くならない理由が判明！不眠症を防ぐ快眠の極意
5. 数字の魔力	数字を入れる	10ヶ月で月間1,000万PVを集めるメディアに成長させたSEOノウハウ
6. 網羅性	この記事さえ読めば大丈夫だと印象付ける	【保存版】コンテンツマーケティングを成功させるためのSEO全知識
7. 即効性	「すぐに」「簡単に」効果が出ると印象付ける	今日から使える！記事の滞在時間が10%向上するリライトのコツ
8. 代弁	ユーザーの心の中にある「言いたくても言えない気持ち」を代弁する	男性にこそ読んでほしい！つらい生理痛の原因と症状まとめ
9. 結果	そのノウハウを試して、どんな結果が生まれたのかを書く	3ヶ月で20万PV達成！ブログ初心者でも簡単に結果を出す3つのコツ
10. 注意喚起	そのノウハウを知らないと、どんなデメリットがあるのかを書く	知らないと恥をかく！入院時の「お見舞い品」選びの新常識
11. 行動提案	そのページの活用法を提案する	【今すぐシェア】見ているだけで幸せになるモフモフ猫画像10選

ライティング時の注意点7選

書き終わった際の「音読」が最も重要です

	解説
1. 重複表現をなくす	しかし～。しかし～。 / ～います。～ます。～してます。 / ～ので、～。～ので、～。～ので、～。
2. 読点を適切な箇所に配置する	挿入箇所が毎回同じでテンポが悪くなる / 不要な箇所にある / 必要な箇所がない
3. こそあど言葉や接続詞は使いすぎない	「これ」「それ」「あれ」「どれ」
4. 主語と述語を近づける	人が文章を認識する時はまず主語と述語を把握するので、近づければ伝えたいことが伝わりやすくなります
5. 一文を短くする	一文が80文字を超えると読みづらくなります
6. 改行や段落分けを適切にする	改行や段落分けされていない記事は読みづらくなります
7. 音読する	書き終わった自分の文章を3時間ほど空けた後に音読することで、修正部分が分かります

採用広報の指標（フェーズ別）

母集団形成の際は多くの人に接触するための指標を設定するが、選考フェーズに入った候補者にPV数は不適切

フェーズ/4P	無関心	認知-応募	選考-入社
候補者の心理状態	・会社のことを知らない ・転職しようと思っていない	・会社のことを知った ・転職を意識し始めた ・当社に応募するか考えている ・会いにいくか考えている	・選考を進むか考えている ・内定承諾するか考えている
欲しい情報（一例）	・仕事に役立つ情報 ・生活に役立つ情報	・企業の魅力（コンセプト・4P） ・働くうえでの魅力（コンセプト・4P） ・PRコンテンツ ・面接官の情報	・候補・他社との違い（競合優位性） ・会社の課題 ・今後の展望（短期・中長期） ・具体的な業務内容 ・事業事例 ・経営陣/現場メンバーの原体験 ・自社に向いている人/仕事のスタンス ・オンボーディング
コンテンツ案（一例）	・withコロナ時代に必須のSaaSベスト5！ ・共働き家庭の時短術10選	・HeaRの採用CXを改善した3つのプロセス ・【イベントレポート】〇〇賞を受賞しました	・HeaRの経営課題を5個お伝えします ・HeaRの事業ロードマップ（2024年まで） ・〇〇職の入社1ヶ月の動き
指標（一例）	・PV/UU ・SNSのエンゲージメントスコア（いいねなど）	・PV/UU ・応募率 ・エンゲージメントスコア（応援数など）	・読了率/滞在時間 ・アンケート ・候補者の満足度

インタビュー企画例：無関心×Philosophy

心が身震いすること間違いなし！創業経緯がエモかったnote7選



- 概要・狙い -

無関心フェーズの方向けに自社のことを知ってもらう企画。仕事や生活に役立つ情報をまとめながら、記事中で自社サービスを少なからず紹介します。



- 構成（暫定） -

0. リード文
1. noteその1
2. noteその2
3. noteその3
4. noteその4
5. noteその5(自社)
6. noteその6
7. noteその7
8. まとめ&求人情報



- 質問内容 -

- ・ 記事への思い（本人）
- ・ 記事の感想（本人以外）
- ・ どんな人と働きたいか
- ・ 採用メッセージ

インタビュー企画例：無関心×Profession

注目技術が目白押し！AI関連のおすすめスタートアップ〇選



- 概要・狙い -

無関心フェーズの方向けに自社のことを知ってもらう企画。仕事や生活に役立つ情報をまとめながら、記事中で自社サービスを少しずつ紹介します。



- 構成（暫定） -

0. リード文
1. スタートアップ1
2. スタートアップ2
3. スタートアップ3
4. スタートアップ4
5. スタートアップ5(自社)
6. スタートアップ6
7. スタートアップ7
8. まとめ&求人情報



- 質問内容 -

- ・ AIの今後
- ・ 自社サービス
- ・ 自社の特徴/魅力
- ・ どんな人と働きたいか
- ・ 採用メッセージ

インタビュー企画例：無関心×Profession

1日10分で家事終了。リモートワーク中のおすすめ時短術5選



- 概要・狙い -

無関心フェーズの方向けに自社のことを知ってもらう企画。仕事や生活に役立つ情報をまとめながら、記事中で自社サービスを少なからず紹介します。



- 構成（暫定） -

0. リード文
1. 時短術その1
2. 時短術その2
3. 時短術その3
4. 時短術その4（自社サービス）
5. 時短術その5
6. まとめ&求人情報



- 質問内容 -

- ・ ターゲットユーザー
- ・ ユーザーの課題
- ・ サービス内容/特徴
- ・ どんな人と働きたいか
- ・ 採用メッセージ

インタビュー企画例：無関心×People

【保存版】Twitterによる企業ブランディングが上手い会社7選



- 概要・狙い -

無関心フェーズの方向けに自社のことを知ってもらう企画。仕事や生活に役立つ情報をまとめながら、記事中で自社サービスを少なからず紹介します。



- 構成（暫定） -

0. リード文
1. スタートアップ1
2. スタートアップ2
3. スタートアップ3
4. スタートアップ4
5. スタートアップ5(自社)
6. スタートアップ6
7. スタートアップ7
8. まとめ&求人情報



- 質問内容 -

- ・ Twitter採用について
- ・ Twitterの運用方法/コツ
- ・ どんな人と働きたいか
- ・ 採用メッセージ

インタビュー企画例：無関心×Privilege

パパ・ママ必見！育児関連の福利厚生が充実しているスタートアップ7選



- 概要・狙い -

無関心フェーズの方向けに自社のことを知ってもらう企画。仕事や生活に役立つ情報をまとめながら、記事中で自社サービスを少なからず紹介します。



- 構成（暫定） -

0. リード文
1. スタートアップ1
2. スタートアップ2
3. スタートアップ3
4. スタートアップ4
5. スタートアップ5(自社)
6. スタートアップ6
7. スタートアップ7
8. まとめ&求人情報



- 質問内容 -

- ・ 育児社員の課題
- ・ 福利厚生の内容/特徴
- ・ どんな人と働きたいか
- ・ 採用メッセージ

インタビュー企画例：応募×Philosophy

〇〇社CXO〇〇〇が振り返る。創業から5年間に起きた3つの転機



- 概要・狙い -

Philosophy（企業理念）に関心の強い候補者向けの企画。応募フェーズの候補者に企業理念やCXOの魅力を伝え、応募を促すことが狙いです。



- 構成（暫定） -

- 0.リード文
- 1.創業5年間の転機その1
- 2.創業5年間の転機その2
- 3.創業5年間の転機その3
- 4.求人情報
- 5.まとめ



- 質問内容 -

- ・ 自己紹介
- ・ 創業経緯
- ・ CEOとの出会い
- ・ CEOとのエピソード
- ・ 会社の転機（3-5つ）
- ・ 転機の結果
- ・ CXOとしてのスタンス
- ・ どんな人と働きたいか
- ・ 採用メッセージ

インタビュー企画例：応募×Philosophy

〇〇社CEOの〇〇が考える〇〇（業界や社会課題）の行く末



- 概要・狙い -

Philosophy（企業理念）に関心の強い候補者向けの企画。応募フェーズの候補者にCEOの考えや想いを伝え、応募を促すことが狙いです。



- 構成（暫定） -

- 0.リード文
- 1.自己紹介/会社紹介
- 2.〇〇の現状や課題
- 3.〇〇の未来
- 4.求人情報
- 5.まとめ



- 質問内容 -

- ・自己紹介
- ・創業経緯/事業内容
- ・〇〇の現状
- ・〇〇の課題
- ・〇〇の未来
- ・未来に対しての具体的行動
- ・CEOとしてのスタンス
- ・どんな人と働きたいか
- ・採用メッセージ

インタビュー企画例：応募×Profession

1か月かかる環境構築を3日に短縮。〇〇開発チームが実行した5つのノウハウ



- 概要・狙い -

Profession（事業内容や開発環境）に興味のあるエンジニア向けの企画。応募フェーズの候補者に事業や業務内容の魅力/特徴を伝え、応募を促すことが狙いです。そこで〇〇の開発チームが取り組んだ開発課題をTips形式で網羅的に紹介していきます。



- 構成（暫定） -

0. リード文
1. サービスの紹介
2. 開発環境の課題
3. 解決施策5選と効果
4. 求人情報
5. まとめ



- 質問内容 -

- ・ サービス内容
- ・ 開発環境・開発体制
- ・ 開発における課題
- ・ 実施した施策5-6選
- ・ 得られた効果
- ・ 失敗事例
- ・ 開発チームのスタンス
- ・ どんな人と働きたいか
- ・ 採用メッセージ

インタビュー企画例：応募×Profession

受注件数が昨年比200%超え。〇〇営業チームが実行した5つのノウハウ



- 概要・狙い -

Profession（事業内容や開発環境）に興味のあるビジネスサイド向けの企画。応募フェーズの候補者に事業や業務内容の魅力/特徴を伝え、応募を促すことが狙いです。そこで〇〇の営業チームが取り組んだ課題をTips形式で網羅的に紹介していきます。



- 構成（暫定） -

- 0.リード文
- 1.サービスの紹介
- 2.営業チームの課題
- 3.解決施策5選と効果
- 4.求人情報
- 5.まとめ



- 質問内容 -

- ・サービス内容
- ・営業体制
- ・営業における課題
- ・実施した施策5-6選
- ・得られた効果
- ・失敗事例
- ・営業チームのスタンス
- ・どんな人と働きたいか
- ・採用メッセージ

インタビュー企画例：応募×Profession

リード獲得数が3ヶ月で4倍に。〇〇Mgr〇〇が改革した3つのこと



- 概要・狙い -

Profession（事業内容や開発環境）に興味のあるビジネスサイド向けの企画。応募フェーズの候補者に事業や業務内容の魅力/特徴を伝え、応募を促すことが狙いです。そこで〇〇チームが取り組んだことをTips形式で網羅的に紹介していきます。



- 構成（暫定） -

- 0.リード文
- 1.サービスの紹介
- 2.〇〇チームの課題
- 3.解決施策3選と効果
- 4.求人情報
- 5.まとめ



- 質問内容 -

- ・サービス内容
- ・チーム体制
- ・〇〇チームにおける課題
- ・実施した施策3-4選
- ・得られた効果
- ・失敗事例
- ・〇〇チームのスタンス
- ・どんな人と働きたいか
- ・採用メッセージ

インタビュー企画例：応募×People

〇〇（機能・文化）に惹かれた。〇〇（役職・氏名）が〇〇（社名）を選んだワケ。

※例：NewsPicksのアルゴリズムに惹かれた。フロントエンジニアの大上がユーザーベースを選んだワケ



- 概要・狙い -

People（人・文化）に興味のあるエンジニア向けの企画。応募フェーズの候補者にとっては働くメンバーの転職動機が気になるもの。そこで〇〇の開発チームの〇〇さんに入社理由を聞いていきます。



- 構成（暫定） -

0. リード文
1. これまでの経歴
2. 入社した理由
3. 担当業務/サービスの話
4. 今後の展望/求人情報
5. まとめ



- 質問内容 -

- ・ 自己紹介
- ・ 転職のきっかけ/背景
- ・ 会社を知った経緯
- ・ 選考中の印象的な話
- ・ 入社を決めた理由
- ・ 現在の業務内容
- ・ サービスの魅力
- ・ 今後の展望
- ・ どんな人と働きたいか
- ・ 採用メッセージ

インタビュー企画例：応募×People

きっかけは〇〇（できごと）。〇〇（役職・氏名）が〇〇（社名）を選んだワケ。

※例：きっかけはPython勉強会。データサイエンティストの大上がユーザーベースを選んだワケ



- 概要・狙い -

People（人・文化）に興味のあるエンジニア向けの企画。応募フェーズの候補者にとっては働くメンバーの転職動機が気になるもの。そこで〇〇の開発チームの〇〇さんに入社理由を聞いていきます。



- 構成（暫定） -

0. リード文
1. これまでの経歴
2. 入社した理由
3. 担当業務/サービスの話
4. 今後の展望/求人情報
5. まとめ



- 質問内容 -

- ・ 自己紹介
- ・ 転職のきっかけ/背景
- ・ 会社を知った経緯
- ・ 選考中の印象的な話
- ・ 入社を決めた理由
- ・ 現在の業務内容
- ・ サービスの魅力
- ・ 今後の展望
- ・ どんな人と働きたいか
- ・ 採用メッセージ

インタビュー企画例：応募×People

〇〇が決め手。〇〇（役職・氏名）が〇〇（社名）で働くまで

※例：CTOの一言が決め手。エンジニア大上がユーザーベースで働くまで。



- 概要・狙い -

People（人・文化）に興味のあるエンジニア向けの企画。応募フェーズの候補者にとっては働くメンバーの転職動機が気になるもの。そこで〇〇の開発チームの〇〇さんに入社理由を聞いていきます。



- 構成（暫定） -

0. リード文
1. これまでの経歴
2. 入社した理由
3. 担当業務/サービスの話
4. 今後の展望/求人情報
5. まとめ



- 質問内容 -

- ・ 自己紹介
- ・ 転職のきっかけ/背景
- ・ 会社を知った経緯
- ・ 選考中の印象的な話
- ・ 入社を決めた理由
- ・ 現在の業務内容
- ・ サービスの魅力
- ・ 今後の展望
- ・ どんな人と働きたいか
- ・ 採用メッセージ

インタビュー企画例：応募×Privilege

楽しいリモートワークの秘訣は〇〇！〇〇社△△チームが実践しているTips5選



- 概要・狙い -

Privilege（働き方や待遇）に興味のある候補者向けの企画。応募フェーズの候補者にとっては具体的な労働環境やコロナ対応が気になるもの。そこで〇〇社の〇〇チームが取り組んだリモートワーク対策をTips形式で網羅的に紹介していきます。



- 構成（暫定） -

0. リード文
1. 組織/チームの紹介
2. リモートワークの課題
3. 解決施策5選と効果
4. 求人情報
5. まとめ



- 質問内容 -

- ・ 組織/チームの紹介
- ・ リモートワークの課題
- ・ 実施した施策5-6選
- ・ 得られた効果
- ・ 失敗事例
- ・ 組織づくりにかける思い
- ・ どんな人と働きたいか
- ・ 採用メッセージ

インタビュー企画例：応募×Privilege

「働きやすい」の声が多数！〇〇（社名）で人気の福利厚生3選



- 概要・狙い -

Privilege（働き方や待遇）に興味のある候補者向けの企画。応募フェーズの候補者にとっては具体的な労働環境が気になるもの。そこで〇〇社の人気の福利厚生を紹介していきます。



- 構成（暫定） -

0. リード文
1. 組織/チームの紹介
2. 人気の福利厚生その1
3. 人気の福利厚生その2
4. 人気の福利厚生その3
5. その効果/働く人の声
6. 求人情報
7. まとめ



- 質問内容 -

- ・ 組織/チームの紹介
- ・ 人気の福利厚生3-4つ
- ・ 得られた効果
- ・ 従業員の声
- ・ 組織づくりにかける思い
- ・ どんな人と働きたいか
- ・ 採用メッセージ

インタビュー企画例：応募×Profession

マーケ予算が月間〇〇〇〇〇万円！〇〇（サービス名）のグロースの鍵は△△△



- 概要・狙い -

Profession（事業内容や開発環境）に興味のあるビジネスサイド向けの企画。応募フェーズの候補者に事業や業務内容の魅力/特徴を伝え、応募を促すことが狙いです。そこで〇〇チームが取り組んだことをTips形式で網羅的に紹介していきます。



- 構成（暫定） -

- 0.リード文
- 1.サービスの紹介
- 2.〇〇チームの課題
- 3.解決施策3選と効果
- 4.求人情報
- 5.まとめ



- 質問内容 -

- ・サービス内容
- ・チーム体制
- ・〇〇チームにおける課題
- ・実施した施策3-4選
- ・得られた効果
- ・失敗事例
- ・〇〇チームのスタンス
- ・どんな人と働きたいか
- ・採用メッセージ

インタビュー企画例：応募×Profession

CEOA氏とCMOB氏が赤裸々に語る。〇〇（サービス名）のグロースアイデア〇選



- 概要・狙い -

Profession（事業内容や開発環境）に興味のある候補者向けの企画。応募フェーズの候補者に事業やマーケティング業務の魅力/特徴を伝え、応募を促すことが狙いです。そこで〇〇社のグロース戦略を網羅的に紹介していきます。



- 構成（暫定） -

0. リード文
1. サービス紹介/競争優位性
2. グロース戦略
3. マーケティングの課題
4. 求人情報
5. まとめ



- 質問内容 -

- ・ サービス内容
- ・ 競争優位性
- ・ グロースアイデア3-4選
- ・ マーケティングの課題
- ・ どんな人と働きたいか
- ・ 採用メッセージ

インタビュー企画例：応募×Profession

〇〇（サービスの機能）で△△（社名）は生まれ変わった。CSチームの醍醐味の変化を聞いた



- 概要・狙い -

Profession（事業内容や開発環境）に興味のある候補者向けの企画。応募フェーズの候補者に事業やカスタマーサクセス業務の魅力/特徴を伝え、応募を促すことが狙いです。そこで〇〇社のCSの魅力を網羅的に紹介していきます。



- 構成（暫定） -

0. リード文
1. CS業務の説明
2. サービスの変化
3. 攻めのCSとは？（定義）
4. 求人情報
5. まとめ



- 質問内容 -

- ・ サービス内容
- ・ CS業務の内容
- ・ プロダクトの変化
- ・ CSチームの課題
- ・ 攻めのCSとは？
- ・ どんな人と働きたいか
- ・ 採用メッセージ

インタビュー企画例：選考×Philosophy

【社外秘】〇〇（社名）の2025年までのロードマップをお伝えします



- 概要・狙い -

Philosophy（企業理念）に興味のある方向けの企画。選考中や内定をもらっている候補者にとっては、会社の中期戦略が気になるもの。そこで〇〇社の今後の展望を紹介し、候補者の意欲を高めます。



- 構成（暫定） -

0. リード文
1. 今後の展望（短期）
2. 今後の展望（中期）
3. 今後の展望（長期）
4. 求人情報
5. まとめ



- 質問内容 -

- ・ 自己紹介
- ・ 会社の現状
- ・ 今後の展望（1年以内）
- ・ 今後の展望（1-3年）
- ・ 今後の展望（5年以上）
- ・ どんな人と働きたいか
- ・ 採用メッセージ

インタビュー企画例：選考×Philosophy

〇〇社CEO〇〇〇が赤裸々告白。起業経緯からハードシングス、今後の展望



- 概要・狙い -

Philosophy（企業理念）に興味のある方向けの企画。選考中や内定をもらっている候補者にとっては、創業社の想いや経緯気になるもの。そこで〇〇社CEOの〇〇さんのエピソードを紹介し、候補者の意欲を高めます。



- 構成（暫定） -

- 0.リード文
- 1.起業経緯
- 2.ハードシングス
- 3.今後の展望
- 4.求人情報
- 5.まとめ



- 質問内容 -

- ・自己紹介
- ・起業経緯
- ・ハードシングス
- ・今後の展望
- ・どんな人と働きたいか
- ・採用メッセージ

インタビュー企画例：選考×Philosophy

〇〇社のミッションが実現した社会を妄想してみた



- 概要・狙い -

Philosophy（企業理念）に興味のある方向けの企画。選考中や内定をもらっている候補者にとっては、企業のミッションにかける想いが気になるもの。そこで〇〇〇さんにミッションが実現した社会を妄想してもらい、候補者の意欲を高めます。



- 構成（暫定） -

0. リード文
1. ミッションの紹介
2. ミッション達成時の景色1
3. ミッション達成時の景色2
4. ミッション達成時の景色3
5. 今後の展望/求人情報
6. まとめ



- 質問内容 -

- ・ 自己紹介
- ・ ミッションの紹介
- ・ ミッション達成時の景色
- ・ 今後の展望
- ・ どんな人と働きたいか
- ・ 採用メッセージ

インタビュー企画例：選考×Profession

〇〇（社名）の事業課題を5つ伝えます



- 概要・狙い -

Profession（事業・業務内容）に興味のある方向けの企画。選考中や内定をもらっている候補者にとっては、会社の課題が気になるもの。そこで〇〇社の課題を紹介し、候補者の解決意欲を高めます。



- 構成（暫定） -

- 0.リード文
- 1.事業課題その1
- 2.事業課題その2
- 3.事業課題その3
- 4.事業課題その4
- 5.事業課題その5
- 6.求人情報
- 7.まとめ



- 質問内容 -

- ・自己紹介
- ・解決した課題（1-2）
- ・未解決の課題（3-5）
- ・どんな人と働きたいか
- ・採用メッセージ

インタビュー企画例：選考×Profession

【リーncキャンバス付き】〇〇（社名）の競合優位性とは



- 概要・狙い -

Profession（事業・業務内容）に興味のある方向けの企画。選考中や内定をもらっている候補者にとっては、企業の強みが気になるもの。そこで〇〇社の強みや事業構造を紹介し、候補者の意欲を高めます。



- 構成（暫定） -

- 0.リード文
- 1.リーncキャンバスの説明
- 2.競合優位性の紹介その1
- 3.競合優位性の紹介その2
- 4.競合優位性の紹介その3
- 5.今後の展望/求人情報
- 6.まとめ



- 質問内容 -

- ・自己紹介
- ・リーncキャンバスの項目
- ・競合優位性とは
- ・優位性を生み出す施策
- ・優位性を生み出す仕組み
- ・優位性を生み出す文化
- ・どんな人と働きたいか
- ・採用メッセージ

インタビュー企画例：選考×Profession

（実はこんな実績あります。）〇〇（社名）の導入事例を紹介



- 概要・狙い -

Profession（事業・業務内容）に興味のある方向けの企画。選考中や内定をもらっている候補者にとっては、企業の実績が気になるもの。そこで〇〇社の強みや事業構造を紹介し、候補者の意欲を高めます。



- 構成（暫定） -

- 0.リード文
- 1.事業説明
- 2.導入事例その1
- 3.導入事例その2
- 4.導入事例その3
- 5.今後の展望/求人情報
- 6.まとめ



- 質問内容 -

- ・自己紹介
- ・事業説明
- ・導入事例（1-3つ）
- ・成果を出せたポイント
- ・ターゲット像/課題
- ・自社の優位性/アセット
- ・今後の事業展望
- ・どんな人と働きたいか
- ・採用メッセージ

インタビュー企画例：選考×Profession

会社の歴史を振り返る（創業～現在までの〇年間）



- 概要・狙い -

Profession（事業・業務内容）に興味のある方向けの企画。選考中や内定をもらっている候補者にとっては、企業の歴史が気になるもの。そこで〇〇社の歴史や沿革を紹介し、候補者の意欲を高めます。



- 構成（暫定） -

- 0.リード文
- 1.創業期の話
- 2.大きなエピソード
- 3.大きなエピソード
- 4.大きなエピソード
- 5.今後の展望/求人情報
- 6.まとめ



- 質問内容 -

- ・会社紹介
- ・創業経緯
- ・創業期の話
- ・エピソード（3-4つ）
- ・今後の事業展望
- ・どんな人と働きたいか
- ・採用メッセージ

インタビュー企画例：選考×Profession

〇〇（社名）の組織課題を5つ伝えます



- 概要・狙い -

People（人・文化）に興味のある方向けの企画。選考中や内定をもらっている候補者にとっては、会社の課題が気になるもの。そこで〇〇社の課題を紹介し、候補者の解決意欲を高めます。



- 構成（暫定） -

- 0.リード文
- 1.組織課題その1
- 2.組織課題その2
- 3.組織課題その3
- 4.組織課題その4
- 5.組織課題その5
- 6.求人情報
- 7.まとめ



- 質問内容 -

- ・自己紹介
- ・解決した課題（1-2）
- ・未解決の課題（3-5）
- ・どんな人と働きたいか
- ・採用メッセージ

インタビュー企画例：選考×Profession

「元リクルート」の肩書きはもういらない。〇〇の1年で得たものを伝えます



- 概要・狙い -

People（人）に興味のある方向けの企画。最終選考や内定をもらっている候補者にとっては、入社後の仕事内容や感情の変化が気になるもの。そこで〇〇内でも変化が大きかったメンバーに焦点を当て、入社後のイメージを鮮明にしてもらいます。



- 構成（暫定） -

- 0.リード文
- 1.転職背景と現在の業務
- 2.オンボーディング内容
- 3.1年の変化（業務・感情）
- 4.得られる経験
- 5.まとめ



- 質問内容 -

- ・ 自己紹介/業務内容
- ・ 転職背景
- ・ 転職の決め手
- ・ オンボーディング内容
- ・ 1年での業務の変化
- ・ 1年での感情の変化
- ・ 入社前後のギャップ
- ・ 自社で得られる経験
- ・ どんな人と働きたいか
- ・ 採用メッセージ

インタビュー企画例：選考×Privilege

〇〇開発チームの1日を知りたいって？出勤時間や開発環境を徹底公開！



- 概要・狙い -

Privilege（働き方や待遇）に興味のあるエンジニア向けの企画。選考フェーズの候補者にとっては労働環境が気になるもの。そこで〇〇の開発チームの1日の流れや労働環境をを網羅的に紹介していきます。



- 構成（暫定） -

- 0.リード文
- 1.組織/チームの紹介
- 2.1日の流れ
- 3.開発環境
- 4.求人情報
- 5.まとめ



- 質問内容 -

- ・組織/チームの紹介
- ・1日の流れ
- ・使用ツール/開発環境
- ・働き方のルール
- ・おすすめポイント
- ・福利厚生
- ・仕事へのスタンス
- ・どんな人と働きたいか
- ・採用メッセージ

インタビュー企画例：選考×Privilege

入社したら何するの？〇〇（社名）〇〇（職種）の1ヶ月の動き（仮）を紹介



- 概要・狙い -

Privilege（働き方や待遇）に興味のある方向けの企画。選考フェーズの候補者にとってはオンボーディングや労働環境が気になるもの。そこで〇〇の〇〇チームの1ヶ月目の動きや労働環境をを網羅的に紹介していきます。



- 構成（暫定） -

0. リード文
1. 組織/チームの紹介
2. 1ヶ月の動き
3. オンボーディング体制
4. よくある質問
5. 求人情報
6. まとめ



- 質問内容 -

- ・ 組織/チームの紹介
- ・ 1ヶ月目の動き
- ・ オンボーディング体制
- ・ よくある質問
- ・ 入社前に伝えるべきこと
- ・ 周りの人の特徴
- ・ どんな人と働きたいか
- ・ 採用メッセージ