



これだけ見ればわかる

採用ピッチ資料制作のバイブル

Introduction

求職者はリアルな情報を求めている時代と言われています

自社の魅力も課題も含めてオープンに伝えるための手法として注目されたのが
採用ピッチ資料

2018年ごろから日本で採用施策として導入され始め、
現在は採用ピッチ資料を公開する企業が続々と増えております

しかし人事側で採用ピッチ資料を制作しようと思っても

- ・採用ピッチ資料の制作フローがわからない
 - ・デザイナーとどう連携を進めるべきなのかわからない
- といったお悩みを抱えている方がいらっしゃるのではないのでしょうか

そこで今回はデザイナー未経験の人事が採用ピッチ資料を制作するためのメソッドをまとめました
是非ご参考ください！

採用ピッチ資料とは

採用ピッチ資料は自社の魅力も課題も伝える会社紹介資料の進化版です



自社の魅力も課題も全て伝える会社紹介資料

採用ピッチ資料

採用ピッチ資料は従来の会社紹介資料と異なり、
企業の事業課題・組織課題などのリアルな部分も包み隠さず伝える
会社紹介資料の進化版です。

採用ピッチ資料のメリット

採用ピッチ資料を事前にお送りすることで得られる効果をご紹介します

01

応募の意向率を高める

応募前後のフェーズでお送りすることで
応募の移行率を高めることができます。

02

スクリーニングを強化する

自社に「合わない」人物からの応募を防ぎ
スクリーニングを強化することができます。

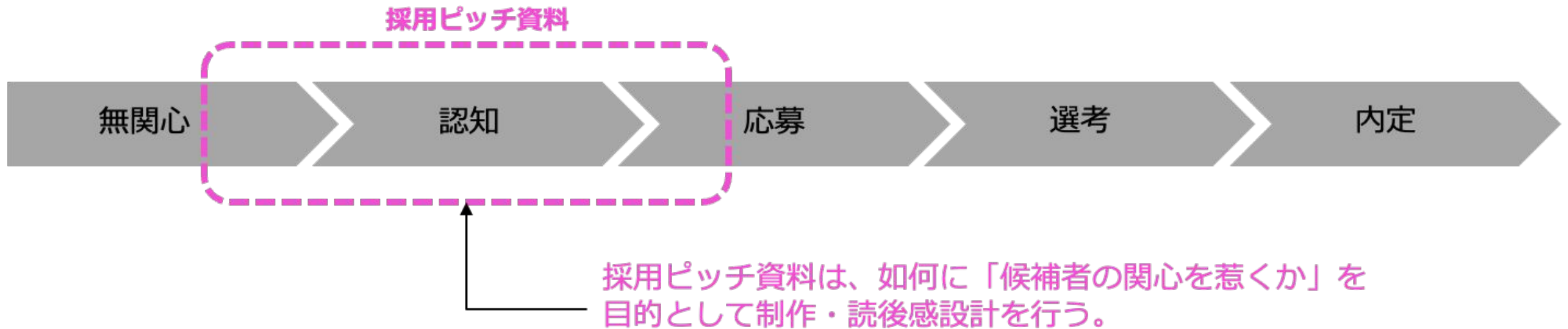
03

選考活動が効率化する

面接で本題からスタートすることができ、
採用活動が効率化します。

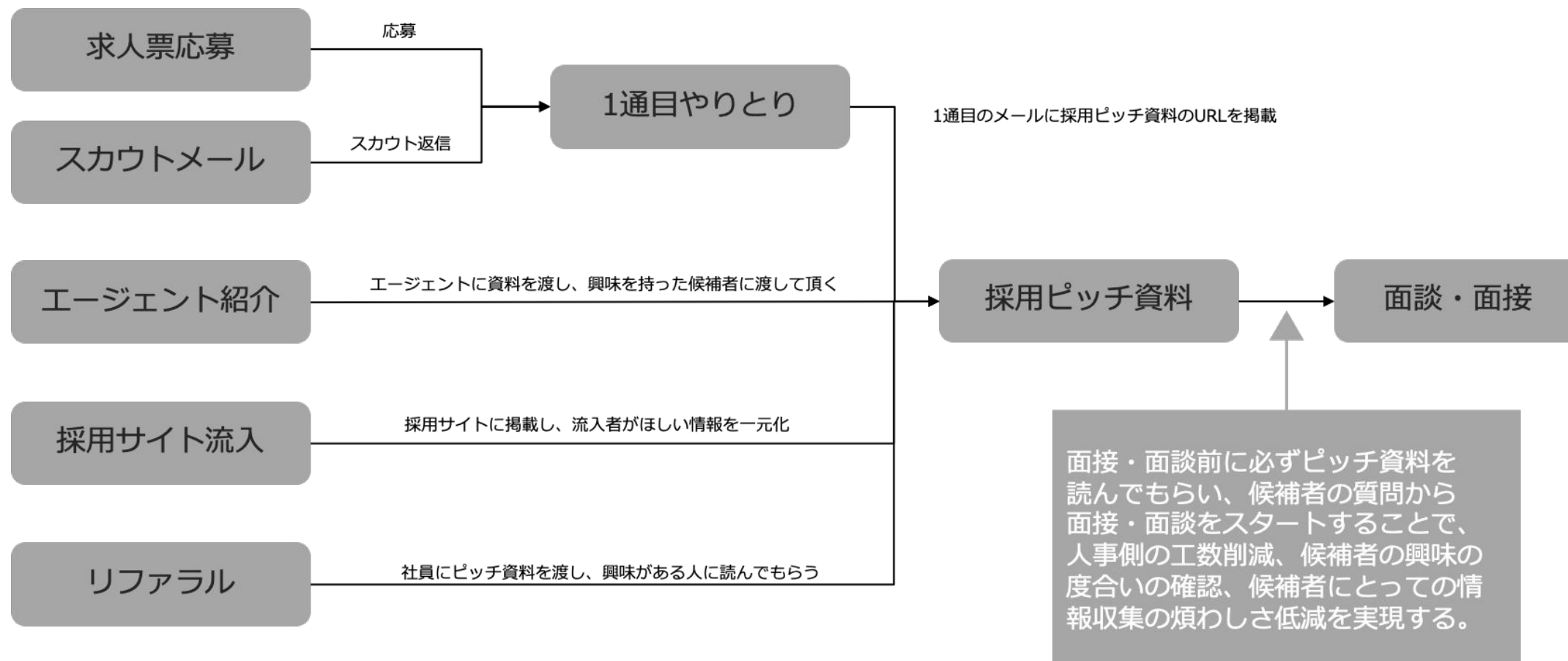
採用ピッチの活用方法

基本的に、採用ピッチ資料は採用フローの前半で効果を発揮します。無関心フェーズの候補者は採用ピッチ資料を読むに至らず、逆に選考が進んだ候補者に対しては、資料をベースとした対人コミュニケーションが効果を発揮します。



採用ピッチの活用方法

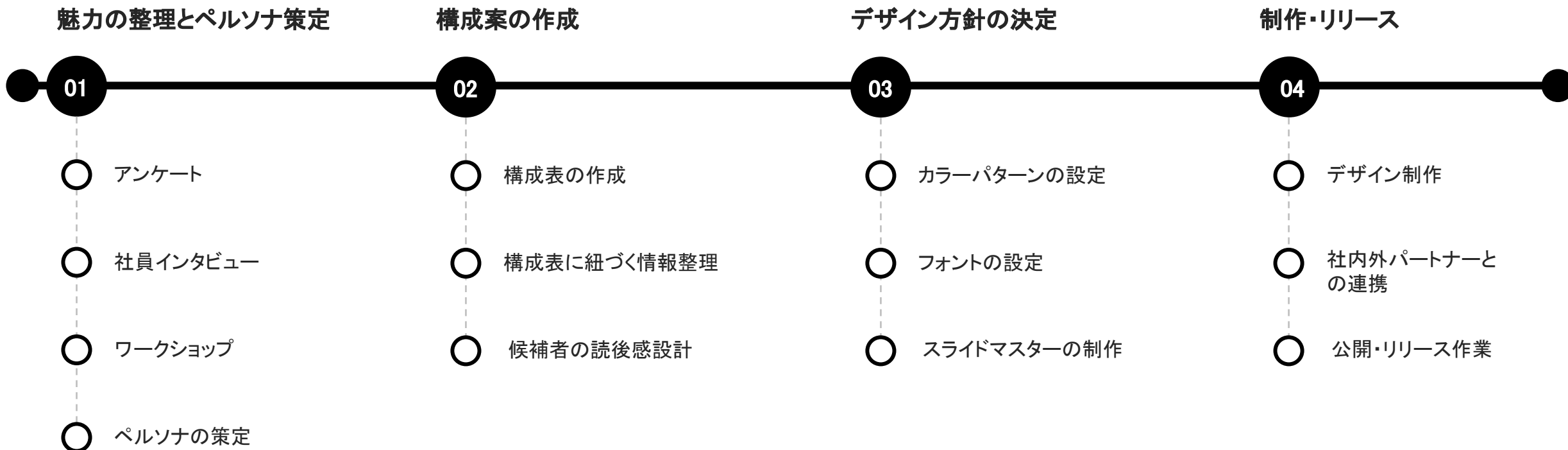
採用ピッチ資料は様々な採用シーンに活用することができます



Part1. 採用ピッチ資料の制作メソッド

採用ピッチ資料の制作の4STEP

採用ピッチ資料制作は以下の4STEPで進めます



STEP1. 魅力と課題の整理とペルソナ策定

自社のベネフィットを4Pで整理・言語化

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



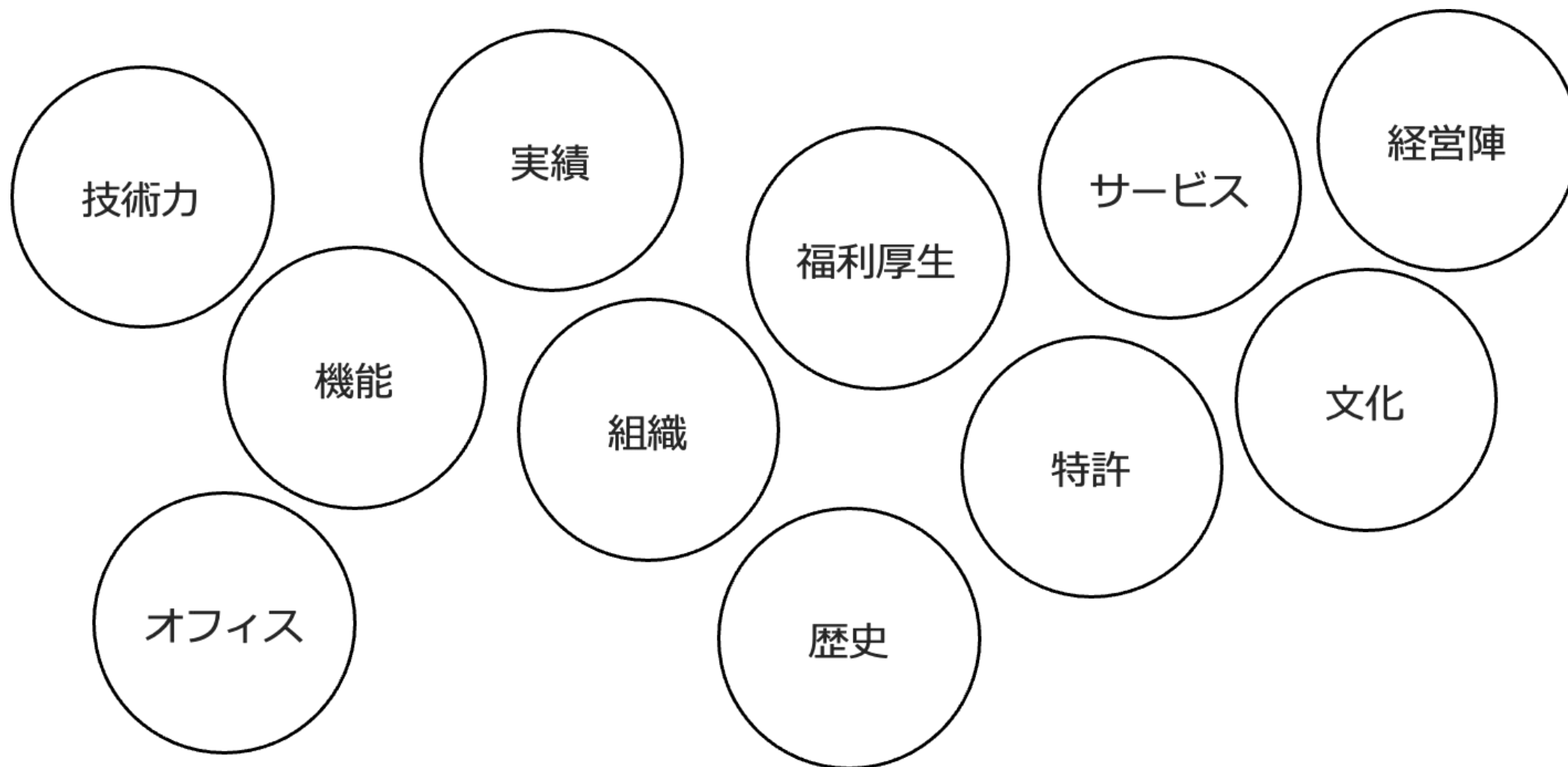
Privilege

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

主なエビデンス要素の切り口

他社より優れている点や差別化された独自要素を探しましょう



具体的な回答の一例

Philosophy（理念・目的）

- ・ 売上より顧客満足を指標にしている
- ・ 新しい世界観を作り出すことができる
- ・ 何事にもやってみようの精神

People（人材・風土）

- ・ CEOが社員一人一人にコミットしてくれる
- ・ 働く人全員が同じ価値観を持っている
- ・ 「やりたい」に対して任せてもらえる

Profession（仕事・事業）

- ・ 普段目にする案件に触れることができる
- ・ 新規事業に挑戦させてもらえる
- ・ 売上より顧客満足を指標にしている

Privilege（待遇・特権）

- ・ 自己成長のための書籍を購入してもらえる
- ・ 定時が当たり前（ワークライフバランス）
- ・ 一人一台macの支給をしている

ペルソナと採用ターゲット

ペルソナは候補者体験(CX)を設定するうえで重要な役割を果たします

			20-30代 HR業界出身	



- 28歳・女性
- 転職経験なし
- 人材紹介業界出身
- RA・CA業務を経験
- 年収500万円 etc.

- 32歳・男性
- マネジメント経験有
- 採用コンサルタント
- コンサル業務を経験
- 年収700万円 etc.

採用ターゲット

何かしらの属性でグルーピングした人物群
採用の対象範囲内

自社と他社との区別

ペルソナ

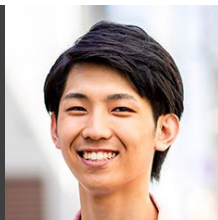
志向性やキャリア課題まで落とし込んだ人物
採用体験の設定対象

ペルソナを策定する

アンケートやインタビュー、ワークショップを通して抽出された自社の求める人物イメージを整理します

田中 太郎

事業会社志向



個人情報

- ・年齢: 25-39才
- ・性別: 男性
- ・居住地: 東京都
- ・年収: 年収450万円～600万円
- ・職種: カスタマーサクセス
- ・就職活動ツール: BizReach、Green、Wantedly、
- ・現職: 100名規模のSaaSベンチャー

保有スキル

- ・新卒でSaaS企業に入社、セールス、BtoBマーケティングなど幅広く経験
- ・カスタマーサクセスとして10社を担当し、オンボーディングから運用設計、継続提案まで一通り経験する

経験サマリー

大学生時代に長期インターンで現職のSaaS企業にジョイン。インサイドセールスから始まり、フィールドセールス、マーケティングを経験し、現在はカスタマーサクセスとして活躍する。

キャリア課題

- ・今まで経験していない領域のプロダクトに携わりたい
- ・カスタマーサクセスとして学べ、スキルアップできる環境に行きたい
- ・カスタマーサクセスとして顧客のLTV向上のため、あらゆる施策を試して推進していきたい

該当人数(スカウト媒体調査)

媒体から掲載して検討する

従業員から魅力を抽出する

採用ピッチ資料に掲載する素材集めのため、自社の魅力や課題を抽出する所からスタートします

アンケート

自社の応募理由や入社理由などを
質問項目に設定し、要素を整理

社員インタビュー

従業員から一次情報を抽出し、
掲載内容を検討

ワークショップ

発散型のワークショップで
隠れた自社の要素を抽出

従業員アンケート

アンケートで設定する質問項目の例をご紹介します

01 所属部署・職種

02 新卒入社／中途入社

03 入社時期

04 応募理由

05 内定承諾理由

06 就職活動時の企業選択軸

07 自社の魅力

08 自社の課題

09 自社に合う人材の要素

10 自社に合わない人材の要素

11 自社を表すキーワード

従業員インタビュー

従業員インタビューを実施する目的を認識して臨みましょう

01

従業員のみが知る隠れた
自社の魅力を発掘する

02

従業員のみが知る率直な
リアルな自社の課題を整理する

03

自社に合う人／合わない人
のイメージを明確にする

ワークショップ

採用課題に応じて自社にフィットするワークショップを開催しましょう

魅力創出型

●こんな企業にオススメ

自社の魅力が整理できてない
自社の課題が整理できていない

●ワークショップの流れ

- － 自社の魅力や課題を思いつく限り発散
- － 魅力や課題をグルーピング
- － 特に自社特有なものを整理

●目指すべきゴール

採用ピッチ資料では
〇〇という魅力、〇〇という課題
を打ち出していく資料にしましょうと合意が取れている

ペルソナ設計型

●こんな企業にオススメ

自社にフィットする人材像のイメージが
社内で共通認識が取れていない

●ワークショップの流れ

- － 自社で活躍する人材の要素を発散
- － コンピテンシーの中で自社にフィットする要素を整理

●目指すべきゴール

採用ピッチ資料において
求める人物像のイメージの合意が取れていて
ペルソナのイメージが作れる状態

競合との闘い方

●こんな企業にオススメ

魅力や課題は一定整理できているものの、
競合との他社比較で選考辞退や内定辞退が
起こってしまう

●ワークショップの流れ

- － 選考辞退、内定辞退されやすい採用競合を整理、マッピング
- － 各プレイヤーに戦える魅力と課題を整理

●目指すべきゴール

採用ピッチ資料において
〇〇という魅力、〇〇という課題
を打ち出すことができれば、競合との闘いに勝つ
と方針が決まっている状態

STEP2. 構成案の作成

構成案を作成する

企業特性や募集ポジションの性質によって採用ピッチ資料の構成は異なります

ミッション共感型

事業が多角化している
企業にオススメ
例：サイバーエージェント社

プロダクト共感型

単一プロダクトで伸ばしている
企業にオススメ
例：FABRIC TOKYO社

組織文化共感型

特徴的な組織文化がある
コンサル型企业にオススメ
例：Goodpatch社

採用ピッチ資料タイプ別構成案

理念を中心に据える場合の構成表例をご紹介します(以下一例)

ミッション共感型の構成例
イントロダクション
ミッションの紹介
ビジョンの紹介
ミッションが解きたい社会課題
ミッションに紐づく 事業ポートフォリオのご紹介
各事業の詳細を紹介
採用情報
募集要項
選考フローのご紹介
おわりにCEOメッセージ

プロダクト共感型の構成例
イントロダクション
プロダクトの紹介
プロダクトに込められた創業者の思い
プロダクトの成長率
社外や投資家から見たプロダクトの魅力
プロダクトの詳細を紹介
組織図
組織文化の紹介
社内イベントの様子
おわりに(募集要項のリンク)

組織文化共感型の構成例
イントロダクション
事業コンセプトメッセージ
事業の強み3選
事業として拘っている差別化ポイント
事業の詳細をご紹介
課題解決事例のご紹介
組織文化のご紹介
文化を紐付ける自社の習慣のご紹介
社員インタビュー
おわりにCEOメッセージ

読後感を設計する

各スライドごとにペルソナのインサイトと狙うべき心理状態を整理しておきましょう(HeaRの例)

スライド	ペルソナのインサイト	狙いたい読後感
ミッションのご紹介 青春の大人を増やす	ミッションドリブンの会社で働きたい	青春の大人を増やす 一緒に実現したいミッションだ
ミッションの浸透施策	ミッションを掲げているだけではなくて、 実行している会社で働きたい	組織としてミッション浸透施策を 意図的に作り出しているのは素敵だ！
HR業界のアタリマエを更新する	HR業界をアップデートして 採用のミスマッチをなくしていきたい	HR業界のアタリマエを更新 するための事業であることが理解できた
事業紹介	自分のスキルを生かせる且つ興味のある 事業で働きたい	事業を通して青春の大人を増やせそうだ 自分も挑戦していきたい
組織施策	組織文化が醸成されている会社で働きたい	MVRIに紐づく 組織施策が実行されている！
採用を通して解決したい課題	どうせ働くなら自分の介在価値 を発揮していきたい	この課題であれば、 自分がジョインして解決できそう
僕たちは、青春するために出逢った	自分のキャリアを懸けて 挑戦できるスタートアップに行きたい	青春の大人を増やすって良いな 自分も挑戦していきたい

STEP3. デザイン方針を策定する

カラーパターンを決める

自社の伝えたいメッセージに合うカラーパターンを決めましょう

色		色が持つイメージ
白		純粹、清潔、神聖、正義
グレー		落ち着き、大人、真面目
黒		高級感、重厚感、威厳
赤		情熱、活力、興奮、高揚
橙		喜び、活発、陽気、明るい、暖かい
黄色		愉快、元気、軽快、希望、無邪気
緑		安らぎ、癒し、調和、安定、若々しい、健康、やさしい
青		知的、落ち着き、信頼感、誠実、爽快感
紫		上品、優雅、妖艶、神秘、高貴
ピンク		可愛い、幸福、愛情

組織文化訴求型採用ピッチ資料事例3選

ペルソナに刺さる採用ピッチ資料を公開している企業の事例をご紹介します

Switch to The Rich

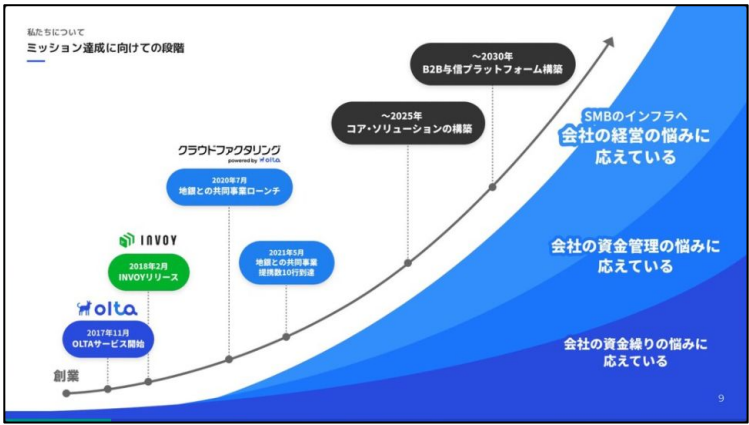
想いが届く、で世界を豊かに。

「伝えたいけど、うまく伝わらない」
人の歴史の中でずっと続いてきたコミュニケーションの課題は、デジタル化によって今まで以上に複雑に、より大きなものになっているように感じます。

誰かの想いを届ける助けになりたい。
想いが届く喜びを分かち合いたい。
私たちは、この時代のあらゆる「想いが届く」瞬間に立ち会うために存在します。
クリエイティブとテクノロジーの力で、
世界をもっと豊かに、もっとワクワクする場所に。

リチカ社

赤やオレンジなどを活用し、
情熱的・明るいイメージのデザイン



OLTA社

知的や信頼感を醸成する
青のデザイン

「組織のOS」としての10X Valuesと3つのDo

10xから逆算する

- 一人の「重大なイシュー」から始める
- 小さく実験し、事実を集める
- 非連続性（不確実だが大胆な意思決定・大きな変化）で戦う

自律する

- 必要なコト（情報、スキル、信頼）は、自分が揃える
- 不確実で、創造的な仕事を創る（方が楽しい）
- 自律した個々を信頼し、任せる

背中を合わせる

- 情報流通をなめらかにし、各自が判断できるようにする
- 「チームのスループット」に貢献する
- うまく相談する - 適切なチャネルで、すぐに、細かく、端的に

10X社

白黒を基調としたデザインで
高級感・重厚感のある資料に

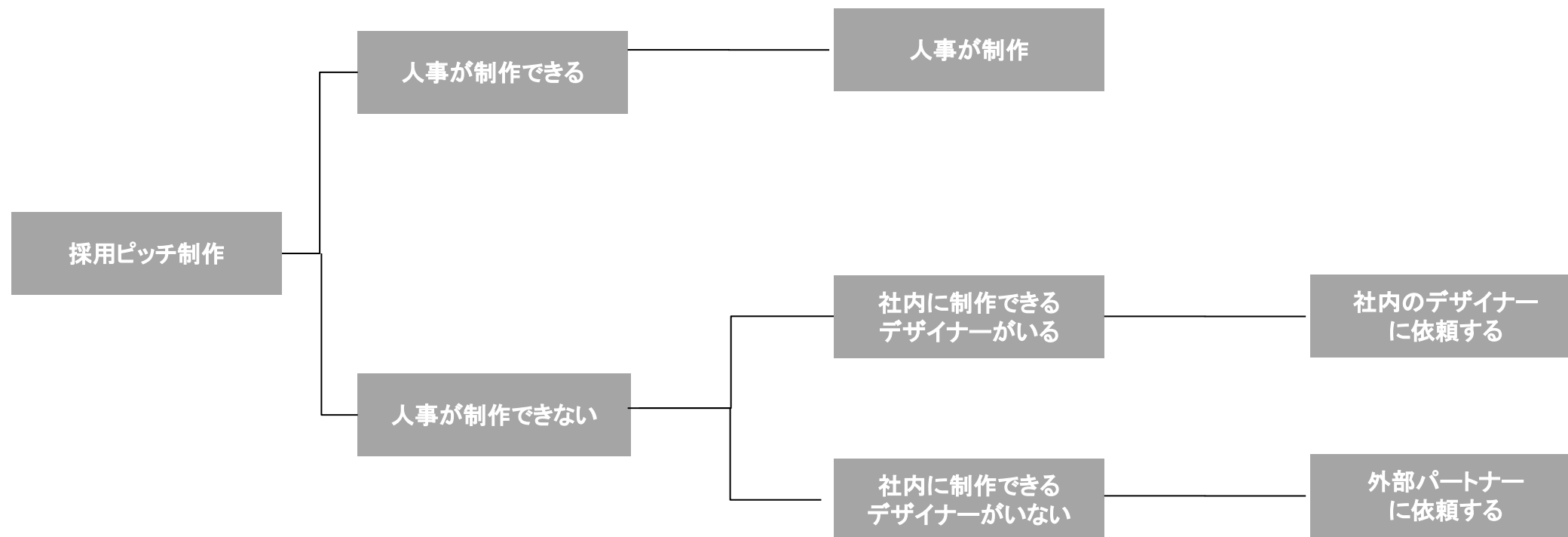
フォントを決める

自社の伝えたいイメージに合うフォントを選びましょう

フォント	フォントが持つイメージ
ゴシック体	カジュアル、力強さ、信頼感
明朝体	高級感、繊細さ、大人っぽい
楷書体	伝統的、和風
デザイン書体	遊び心、個性的なデザイン
丸ゴシック体	ポップ、柔らかい

制作者の判断軸

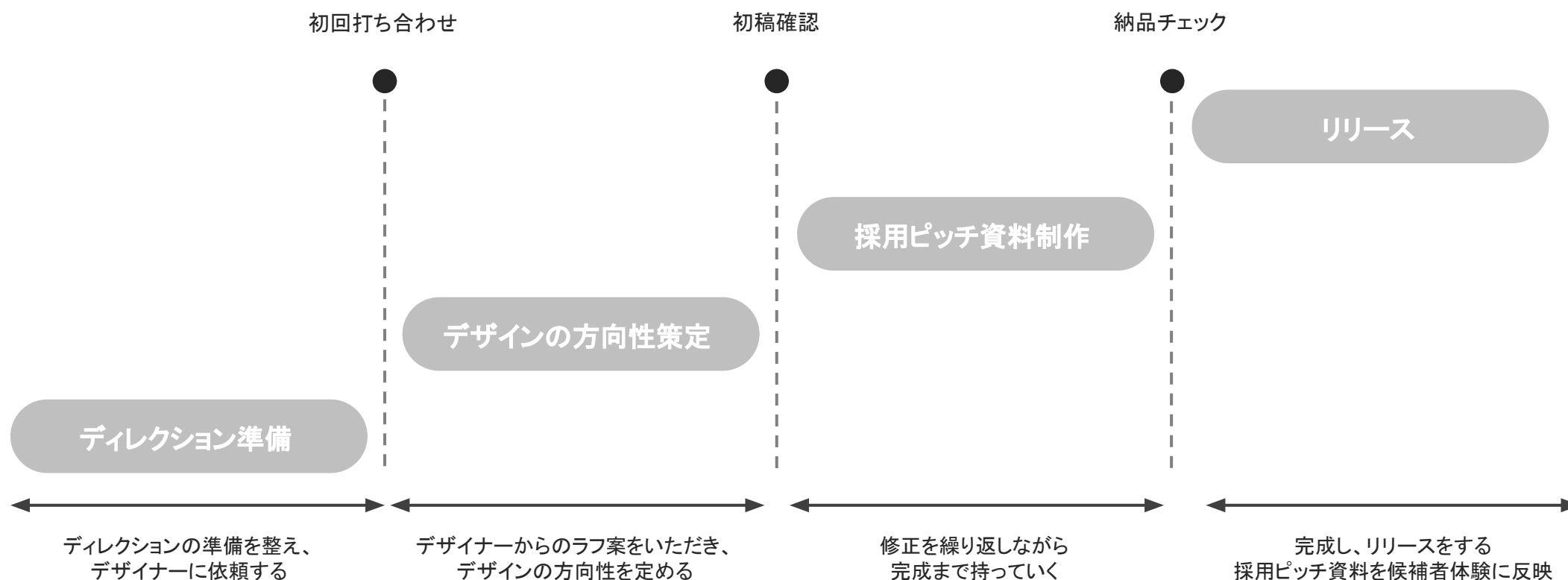
自社の制作リソースを踏まえて適切な進め方を決めましょう



STEP4. 制作・リリースする

採用ピッチ資料の制作フロー(デザイナーに依頼する場合)

社内外のデザイナーに依頼する際の制作フローをご紹介します



ディレクション前に準備すべきこと

社内のデザイナーや外部パートナーに依頼する際、準備しておくべきことをまとめました

依頼指示書	- 採用ピッチ資料の目的 - 読者として想定しているペルソナ - 納品希望スケジュール
進捗管理のガントチャート	採用ピッチ資料の完成までのマイルストーンをスケジュールに落としたもの
採用ピッチ資料の構成表	- 想定している構成 - スライドの詳細と狙いたい読後感 - 各章に必要な情報、リンク、画像
デザインガイドライン	- ロゴや画像の使用ルール - 推奨フォント - カラーパターン
修正箇所一元管理票	リンク付きの投稿を行う場合は、事前にリンク先、投稿の際に表示されるサムネイルについて確認する

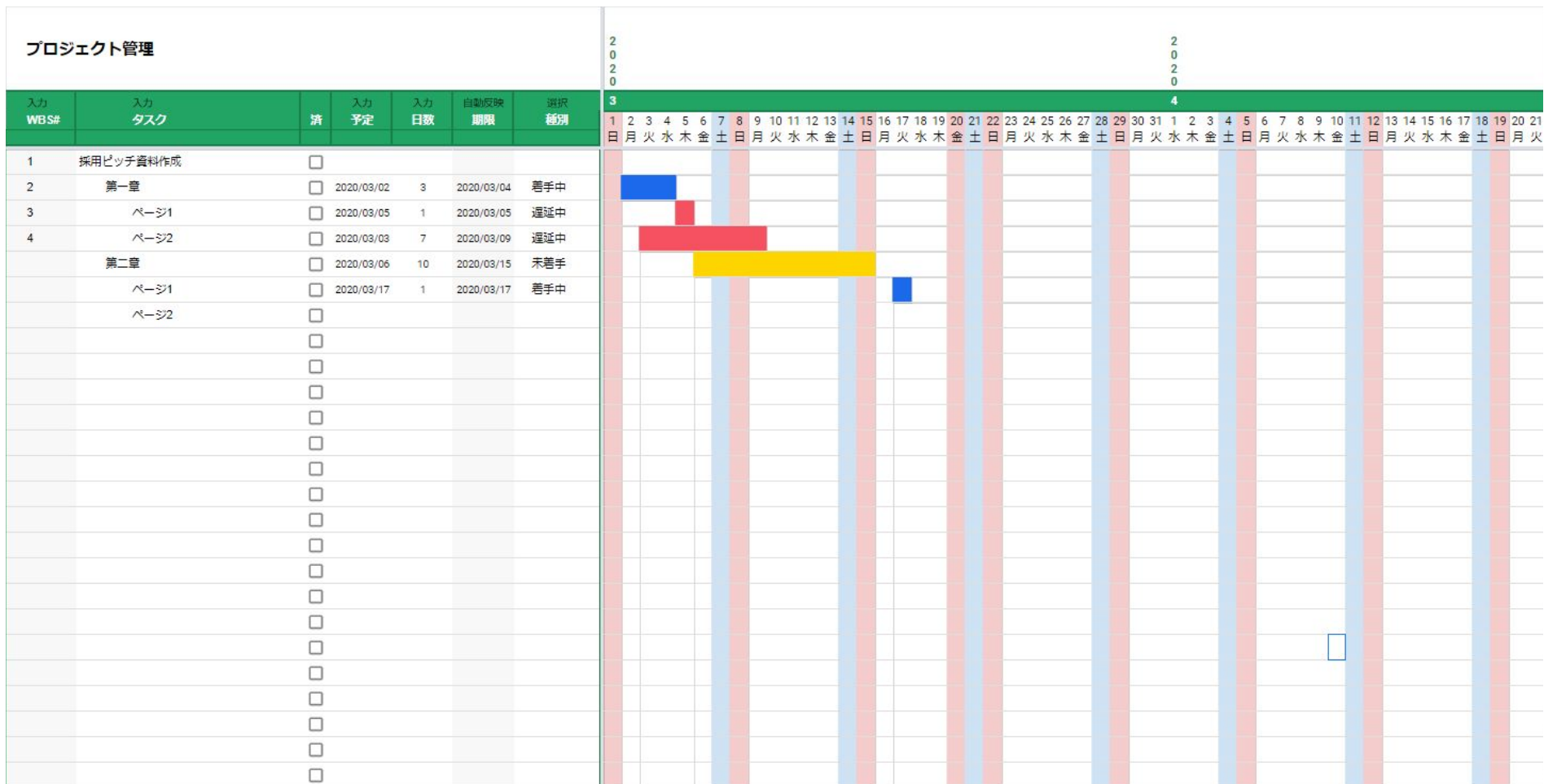
デザインの依頼指示書

デザイナーに依頼する際の指示書に記載すべき項目をご紹介します

項目	詳細
採用ピッチ資料の説明	- 採用ピッチ資料とは - 採用ピッチ資料制作のメリット
採用ピッチ資料の目的、活用方法の説明	- 採用ピッチ資料を作成する目的 - 自社採用における採用ピッチ資料の活用イメージ
ペルソナ	- 採用ピッチ資料を読む候補者のイメージ - 採用ペルソナのキャリア課題、キャリアにおける志向性
制作における必要な素材	ロゴ、社員写真画像、オフィス風景、その他掲載予定画像
進捗管理のガントチャート	- 制作までの各工程と想定スケジュール - 詳細は次ページにて
構成表	- 各章立てのコンテンツと読後感設計 - 詳細は次ページにて
納期、スケジュール	- リリースまでのスケジュール - 発生する各工程における期限

進捗管理のガントチャート

制作スケジュールを明確にして進捗管理を進めましょう



採用ピッチ資料の構成案

構成案の例をご紹介します。各スライドにおけるインサイトと読後感を整理しておきましょう

	項目	想定するペルソナのインサイト	狙いたい読後感	必要な情報
A	A.会社紹介・事業紹介			該当する内容のURL、記事、参考データなど
A-1	会社概要			
A-2	経緯/経路紹介			
A-3	ミッション・ビジョン			
A-4	事業概要・事例			
A-5	今後のサービス展開			
B	B.組織図・企業文化			該当する内容のURL、記事、参考データなど
B-1	創業者or採用責任者の想い			
B-2	組織図			
B-3	自社の文化（バリュー・クレド・スタンスなど）			
B-4	自社の魅力			
B-5	自社の課題			
B-6	会社の風景・写真			
B-7	福利厚生			
B-8	オンボーディング/能力開発			
C	C.求人情報			該当する内容のURL、記事、参考データなど
C-1	募集ポジションの紹介			
C-2	こんな人と働きたい			
C-3	こんな人と働きたくない			
C-4	業務の詳細（役割・業務内容・使用する技術/ツール）			
C-5	各募集ポジションで働いているメンバー紹介			
D	D.その他			該当する内容のURL、記事、参考データなど
D-1	給与テーブル			
D-2	昇格実績			
D-3	ストックオプション			
D-4	退職率			
D-5	評価制度			
D-6	選考フロー			
D-7	マーケットの環境紹介			
D-8	撤退事業紹介			
D-9	エンゲージメントスコア			
D-10	文化が現れているシーン			
D-11	〇〇の文化があることによって、会社はどう変化したか（定量・定性）			
D-12	よくある質問（面接でよく聞かれる質問やユニークな質問など。例：業務中のTwitterはOKですか？）			

採用ピッチ資料の構成表は、[こちら](#)からダウンロードいただけます

デザイナーの制作後のチェックリスト

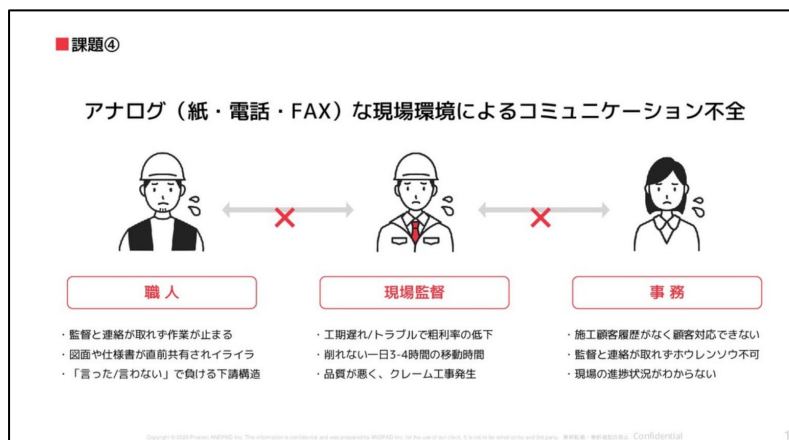
デザインの大枠が制作できた後に確認すべき項目をご紹介します

- 構成表通りに制作できているか
- 構成表で想定していた読後感は設定できているか
- カラーイメージ、フォントは設定したものを反映しているか
- 各スライドのタイトルは理解しやすいものか
- 使用されている画像やイラストは適切か
- 各スライドのテキストに誤字脱字はないか
- 各スライドのテキストは理解されやすい内容か

Part2. 採用ピッチ資料のデザイン事例

社会課題解決訴求型採用ピッチ資料事例3選

ペルソナに刺さる採用ピッチ資料を公開している企業の事例をご紹介します



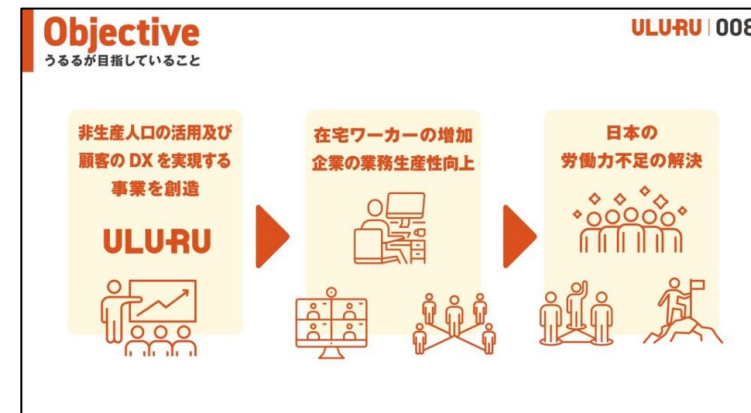
ANDPAD社

自社プロダクトの価値を伝えるため、
アナログ文化の不を表現



PLEX社

物流業界の不から
自社の事業領域を訴求する

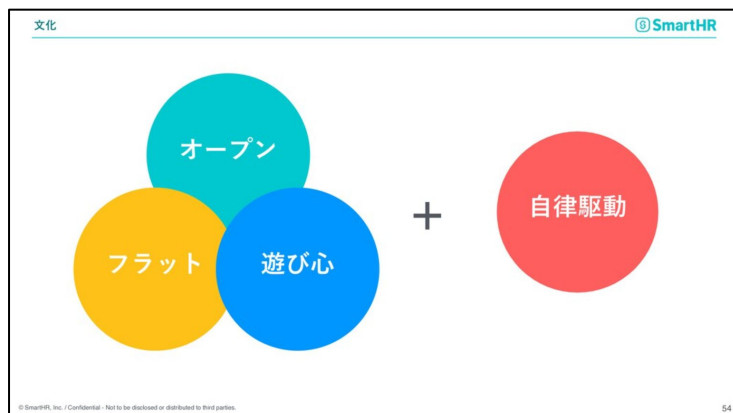


うるる社

日本の労働力不足を解消するという点を
ストーリー仕立てでご紹介

組織文化訴求型採用ピッチ資料事例3選

ペルソナに刺さる採用ピッチ資料を公開している企業の事例をご紹介します



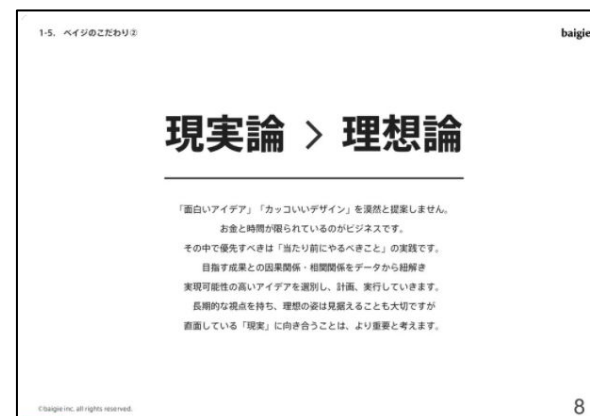
SmartHR社

自社の組織文化を表現
後ろのスライドで具体施策も併せて公開



GoodPatch社

自社のデザイン組織文化を
複数枚のスライドで繰り返し伝えるデザイン

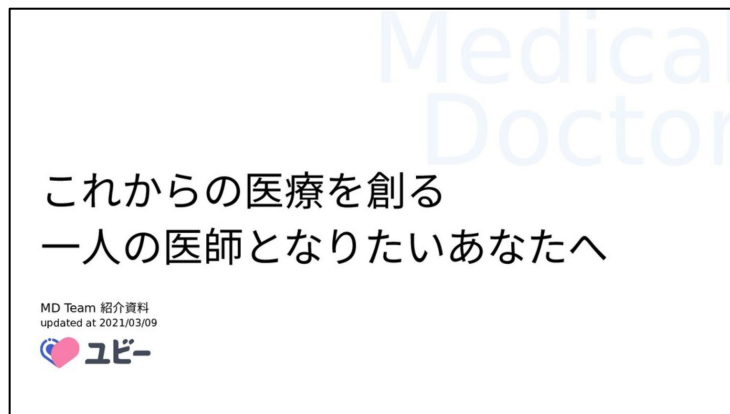


ベイジ社

自社の支援会社としてのスタンス
をインパクトある形で表現

ターゲット訴求型採用ピッチ資料事例3選

ペルソナに刺さる採用ピッチ資料を公開している企業の事例をご紹介します



Ubie社

医師バックグラウンドの人材という
希少価値の高い人材に向けたメッセージを発信



キャディ社

マネジメント層という
レイヤーに特化したピッチ資料を制作



ナチュラルプランツ社

自社に合う人／合わない人
を明確なメッセージとして発信

Part3. 制作事例

採用ピッチ資料の弊社制作事例①

ULU-RU
BUSINESS SIDE RECRUITING BOOK

Update 2021.8.1

Development Environment

開発環境 その2

ULU-RU | 025

プロダクトの成長に向け、エンジニアの挑戦によって取り入れられた新たな技術・ツールとその目的

 New Relic

システムパフォーマンスを詳細かつ迅速にモニタリングしたい・SREの導入実践を行いたい
オブザーバビリティ成熟度を上げ、安定性が高く低技術負債のシステムを維持したい

 Lumen

プロジェクトの規模拡大に伴い、
Laravel 同様にコードが書け、
パフォーマンス向上に繋がるフレームワークを導入したい

 Sketch Cloud

サービス拡大に伴い、メンバーも増え、
デザインルールの一貫が困難になることを防ぎたい

 Terraform

IaCを実現したい。自動化することで、
風人化や人為的なミス減らし、担当者の負担を下げたい

 AWS Systems Manager
Incident Manager

システム障害等のインシデントの監視通知を、
Slack 通知以外に電話も活用することで、
認知と対応・解決を迅速化したい

 AWS Database Migration Service
(AWS DMS)

本番 DB をデータマスケして
開発環境へコピーを取る作業の自動化したい

 AWS Security Hub

数値化されたセキュリティ評価より、
問題の検知・対処法の導き出しを迅速化したい

うるる社

■ ビジネスサイドとエンジニアサイドで制作

ビジネスサイドとエンジニアサイドでインサイトが異なるため、
2パターンで制作

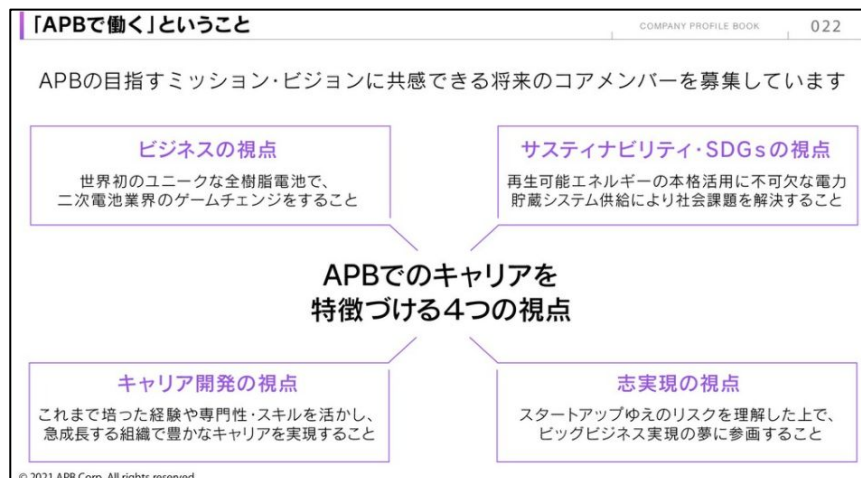
■ 多角化する事業モデルをデザインで表現

BPO事業、クラウドソーシング事業、CGS事業などで7つの事業モデルがある
同社のビジネスモデルをスライドで表現

■ 開発組織の導入技術に関して詳しく記載

言語やフレームワークが導入された背景を詳しく記載し、開発組織におけるレ
ベルの高さで訴求していく採用ピッチ資料に

採用ピッチ資料の弊社制作事例②



APB社

■ 事業モデルを丁寧に解説

全樹脂電池を通じたりチウム電池のイノベーションという専門領域をスライドに落とすことでわかりやすく紹介

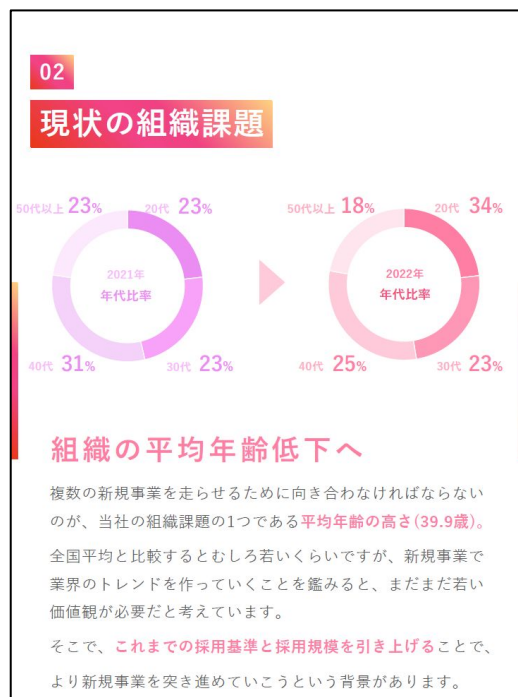
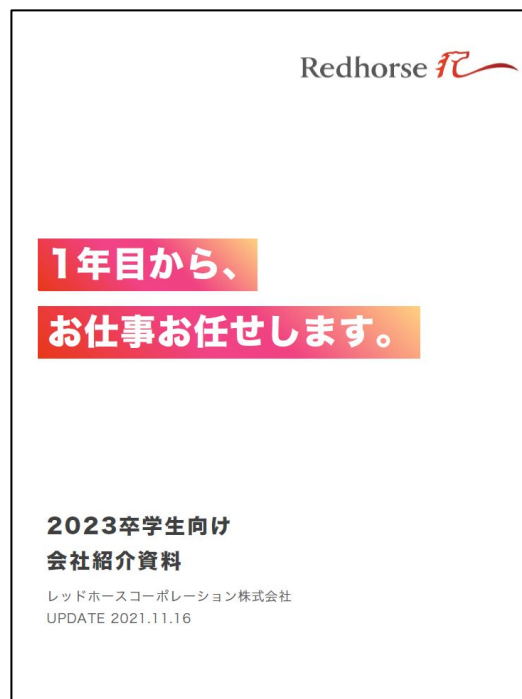
■ 「APBで働く」魅力を分解して訴求

自社に入社するとどんな視点が得られるのか、魅力を分解した上でカルチャー視点の魅力を表現

■ 採用サイトに掲載し、応募増を狙う

採用ピッチ資料は採用サイトに掲載。サイトに訪れた候補者に対する応募喚起の施策として活用

採用ピッチ資料の弊社制作事例③



レッドホースコーポレーション社

■ 縦型採用ピッチ資料制作

スマートフォンで見る候補者が多い所から縦型のピッチ資料を制作
スマホファーストのデザインを制作しました

■ 事業ステージにフィットする採用コンセプト設計

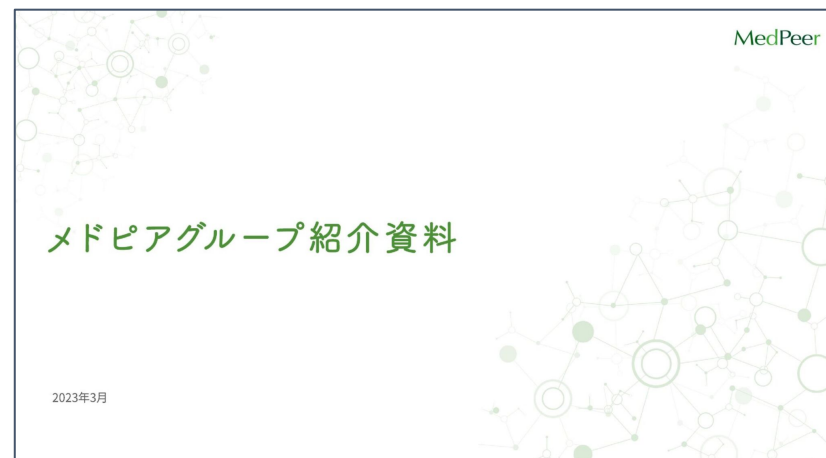
多角化する事業の中、新卒入社するメリットを採用コンセプトで表現
キャッチーなコンセプトで応募率向上を狙いました

■ 現状の組織課題から採用背景を意図的に記載

組織における平均年齢が高まっていることから、新卒採用をしている
という採用背景をお伝えし、組織状況を理解してもらった上での
入社を試みている

弊社制作事例 - その他 -

その他の支援事例・各スライドの詳細も、ぜひご覧ください



▶ [その他の事例はこちら](#)

ご相談～制作までの流れ



お問い合わせ

まずは、[無料相談フォーム](#)より
お申込みください



打ち合わせ

事業内容や採用ピッチ制作に
おけるご要望などをお伺いします



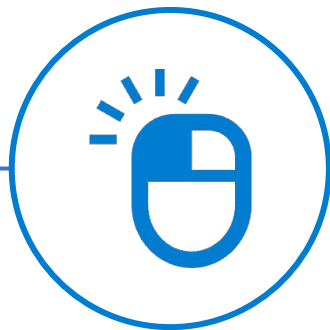
ご発注

お伺いしたご要望を基に
最適な制作プランをご提供します



キックオフ

ご支援内容の確認や
以降の流れ・全体のスケジュール感につ
いて擦り合わせを行います



制作

ユーザーの読後感から逆算した
コンテンツづくりを行います



納品

テキスト/デザイン修正・改善後に
納品させていただきます

青春の大人を増やす

日本人の仕事満足度は世界最下位です。

日本の社会課題(労働意欲の低さ)を解決するため、華金の愚痴をなくすため、HeaRはHR領域での事業成長を目指します。

会社概要

「青春の大人を増やす」をミッションに複数のHRサービスを展開

社名	ヒア HeaR 株式会社
ミッション	青春の大人を増やす
事業内容	1. 採用コンサルティング支援事業 2. 採用代行事業 3. 採用特化型BIツール「hitome」の提供 4. 人材紹介事業
代表取締役	おおうえ りょう 大上 諒
住所	東京都品川区東五反田2丁目9-5 サウスウィング東五反田5F

- 2019年4月 採用コンサルティング事業を開始
- 2019年12月 「Candidate Experience」
「採用CX」のキーワードでSEO1位を獲得
- 2020年12月 ご支援企業数100社を突破
- 2022年10月 人材紹介事業を開始
- 2023年3月 採用特化型BIツール「hitome」をリリース

サービス一覧

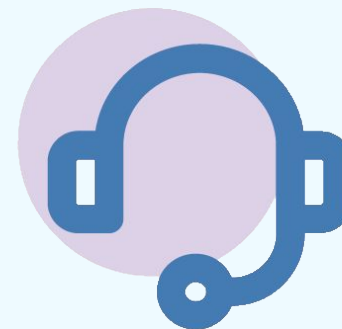
理想の採用活動を実現するために採用活動をトータルサポートいたします



採用でのお困り事がございましたら、
是非、お気軽にご相談ください。



お問い合わせ



無料相談予約