

体験で、  
採用成果を変える



# 年々採用難易度が上がり、 打ち手が頭打ちになってきている

多くの企業が、こんな悩みを抱えています



01

## 母集団の量・質が、 下がってきている



- 応募数が年々減少している
- 採用数/優秀層を増やしたいが、今の延長では難しい
- エージェント依存により、採用単価が高騰し続けている

02

## 選考で惹きつけきれず、 承諾につながらない



- 選考中辞退が増加している
- 学生のキャリア観の変化に現場が対応しきれていない
- 自社の魅力や価値が十分に伝わっていない

03

## 承諾後のフォローが弱く、 辞退が発生してしまう



- 承諾後辞退が増加している
- 新入社員のミスマッチや早期離職が増えてきている
- 入社後の活躍まで見据えた設計ができていない



このままでは、採用の成果は安定せず、将来の事業成長にも影響が出てしまいます。

# Recruitment 2.0

## 採用は「情報提供」から「体験創造」へ

✓ Re-grit Partners

消費が「モノ消費」から「コト（トキ・イミ・エモ・ヒト）消費」へ進化したように、  
学生の意思決定も、“体験の中身”で動く時代へと変化している

### モノ消費 ～1990年代



何を持つか  
所有することに価値



### コト消費（体験）2000年代～

何を体験するか 体験・経験に価値



トキ（瞬間）  
2015年頃～

その瞬間どう感じるか

タイムパフォーマンスに価値  
短時間でも“濃い体験”を求める



イミ（意味）  
2020年頃～

なぜ選ぶのか

意味・意義があることに価値  
自分らしさや納得感を重視する



エモ（感情）  
2020年頃～

心が動いたか

感情が動くことに価値  
共感・熱狂・ワクワクを求める



ヒト（人）  
2020年頃～

誰から買うのか

“誰とつながるか”に価値  
推したい人・応援したい人を選ぶ

多くの企業の採用（まだ“モノ消費型”に留まっている）



会社情報  
（事業・規模・制度）



スペック比較  
（他社との優位性）



条件  
（年収・福利厚生）

VS



どんな体験が  
できるか  
（コト）



その瞬間  
どう感じたか  
（トキ）



なぜその会社を  
選ぶのか  
（イミ）



心が動いたか  
ワクワクするか  
（エモ）



誰と出会ったか  
誰と働くのか  
（ヒト）



学生を理想方向へ動かせるかは、「体験の設計力・創造力」で決まる



## *Our Approach*

# 体験をつくり、成果をつくる

学生を動かす体験をつくることで、  
採用成果にコミットする

実務者として、「日本一の実績」を複数回獲得してきたリーダーが新サービスを開始



高尾 輝

責任者 /  
Managing Consultant

就活クチコミアワード総合1位を  
牽引・実装した採用責任者

ニトリでの経験を活かし、バイカレントにて大手企業の現場改革・コスト改善等のPJに参画し、『課題構造化〜推進（PMO）』を磨いた実行派コンサル。Re-grit Partnersでは新卒採用責任者として、戦略・母集団形成・選考設計・ブランド/コンテンツ・育成/定着・アサイン管理まで一貫通貫で統合し、採用をグロース。「論理と感情を軸に、現場目線で徹底的に寄り添い、成果に繋げ切る、」スタイルで、再現性ある採用モデルを構築する。



篠原 地央

統括 /  
Managing Consultant

採用と組織を接続し、企業成長に  
転換するマネジメント責任者

ニトリ新卒採用部の東日本責任者として、採用上流部分と組織マネジメントを受け持ち、マイナビ就職人気企業ランキング過去最高位を獲得。Re-grit Partnersでは中途採用の仕組み構築・運用を主導し、その後は人材開発部長として新卒/中途/エンゲージメント/労務まで人事全般を横断してリード。採用を「点」で終わらせず、『組織運用に耐える仕組み化（設計・標準化・KPI運用）』まで落とし込めるのが強み。



藤井 幹人

ブランディング統括 /  
Managing Consultant

“就活人気を生む体験”を設計・  
仕組み化した戦略企画責任者

ニトリ新卒採用部で戦略企画部門の責任者として、インターンシップの設計を受け持ち、楽天人気企業ランキング3年連続1位を獲得。Re-grit Partnersでは、組織開発×ブランド開発を接続し、企業価値を市場で機能するブランドへと引き上げる。リブランディングを推進し、発信基盤を構築、タッチポイントをデザインすることで、認知〜承諾〜入社後活躍までの一連の体験を設計。企業やヒトの「素材」を活かし切る、コーポレートブランディングの実装が強み。





New Release

# 採用体験創造サービス

採用は、“体験”で差がつく時代へ。  
志望度は、接点の質によってつくられる。  
そのすべてを設計し、成果へと変える。

3つの体験領域を一気通貫で変革

## イベント体験

- 母集団最大化
- イベント参加率向上
- next移行率向上

etc.

## 選考体験

- 選考中離脱防止
- 志望度向上
- 内定承諾率向上

etc.

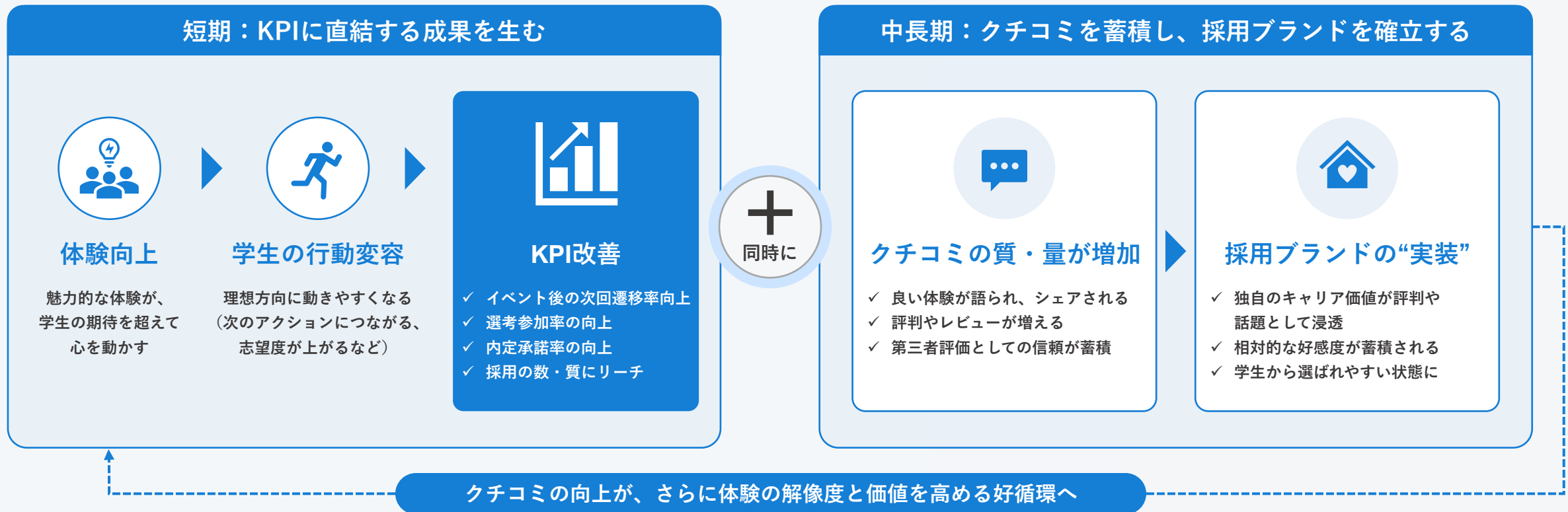
## 承諾後体験

- 承諾後辞退防止
- 志望度育成
- 入社後活躍最大化

etc.

*Experience Making*

## 体験創造は、KPIにコミットしながらブランドを実装する



短期で成果にコミット

KPIにリーチし、採用目標の達成に貢献



中長期で勝ちやすい構造を作る

ブランドが確立され、持続的に選ばれる状態へ

KPIに効きながら、  
「選ばれやすさ」が蓄積される

## 体験を決める「3つの要素」を、“勝てるライン”に引き上げる



## 01 ソザイ

Material

体験の土台となる“その企業らしさ”  
(キャリア価値／採用コンセプト)

よくある状態

- ✓ 何となくよさそうな会社
- ✓ 他社との違いが言語化されていない



勝てるライン

- ✓ 「〇〇だからこの会社」と言い切れる
- ✓ 独自のキャリア価値が明確

➡ 選ばれる理由が明確になっているか



## 02 コンテンツ

Content

“ソザイを体感させる”パッケージ  
(イベント／面接・面談／HP／資料など)

よくある状態

- ✓ イベント／面接が単発でバラバラ
- ✓ 情報提供で終わる



勝てるライン

- ✓ 全体がストーリーとして設計されている
- ✓ コンセプトに沿った情緒を感じる

➡ コンセプトが全体で一貫反映されているか



## 03 ヒト

People

“ソザイを体現し、惹きつける”存在  
(イベント登壇者／面接官／採用担当者など)

よくある状態

- ✓ 担当者ごとに体験品質のばらつきがある
- ✓ 特に学生の印象に残らない



勝てるライン

- ✓ 誰が出てても一定以上の体験を提供
- ✓ “この人と働きたい”を生む

➡ 学生目線で“推し”をつくられているか

ソザイ×コンテンツ×ヒト、すべてが“勝てるライン”に到達



学生の意思決定を  
大きく後押しできる状態へ



Our Originality

# 実務者として、勝てるラインが分かる

大企業・ベンチャー双方で日本一を創ってきた実務経験から、  
“勝てるライン”を捉え、そこまで引き上げるまでをプロデュースできる

## 体験の3要素すべて“勝てるライン”まで引き上げられるのが、私たちの強みである

体験の構成要素を  
三位一体として捉え、設計する



	Re-grit Partners	イベント企画会社	RPO	採用コンサル
ソザイ (価値・コンセプト)	◎	△	—	○
コンテンツ (体験設計・接点)	◎	◎	△	○
ヒト (担い手・接点品質)	◎	△	◎	—

◎：主領域として設計・実行    ○：関与あり    △：部分的関与    —：ほぼ関与なし

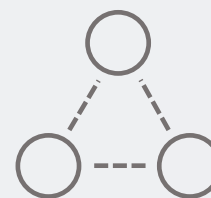
### Re-grit Partnersの考え方



ソザイ・コンテンツ・ヒトを三位一体として捉え、  
一貫した体験として設計することで、  
学生の意思決定までつなげる

- ✓ 3要素が連動してこそ、体験価値が最大化する
- ✓ 分断せず、同時に設計・磨き上げる
- ✓ 一貫性と再現性のある体験を実現する

### 一般的な支援の考え方



各領域ごとに最適化されるため、  
体験が分断されやすく、  
意思決定への接続が弱くなりやすい

- 特定領域の強化にとどまる
- 接点単位・施策単位での最適化
- 一貫性が薄く、再現性が生まれにくい



要素の部分的な強化だけでは、意思決定への影響は小さい  
体験の構成要素を三位一体として捉え、設計することで、“選ばれる力”を最大化する

# 体験をつくり、成果を変える採用プロデュース

※下記は代表的なご支援例です。既存方針を踏まえたオーダーメイド設計にも対応致します



すべての施策は

キャリア価値（ソザイ）を起点に設計します

素材をキャリア価値に転換し、体験に落とし込むことで成果につなげます

## SMALL

体験パーツ改善

伴走期間：1-3か月程度



体験診断 &  
採用戦略策定

採用体験の現状を整理・診断し、独自のキャリア価値を言語化したうえで、採用戦略へ落とし込みます。



既存イベント  
ブラッシュアップ

既存イベントの体験設計を見直し、コンテンツ・運営・導線を改善しながら成果につながる形へ磨き上げます。



新規イベント  
単発設計

ターゲットや目的に合わせて、コンセプト設計から構成・コンテンツ開発まで一気通貫で設計します。



リクルーター  
トレーニング

候補者体験を高めるコミュニケーションや惹きつけの考え方をインストールし、現場の再現性を高めます。



## MIDDLE

各体験のデザイン

伴走期間：4-6か月程度



イベント体験創造

学生の心を動かすイベントのコンセプト・構成・コンテンツを設計するとともに、登壇社員・運営体験を磨き、参加率・next移行率向上につなげます。



選考体験創造

選考全体をストーリーとして設計するとともに、面接官・リクルーターの惹きつけ力を強化し、離脱防止・志望度向上を実現します。



承諾後体験創造

内定から入社までの体験を設計するとともに、関わる社員のコミュニケーション品質を高め、志望度育成・辞退防止・入社後活躍につなげます。



## FULL

トータルプロデュース

伴走期間：6か月～



採用体験  
トータルプロデュース

キャリア価値（ソザイ）を起点に、採用全体の体験を設計・実装。現場へのインストールまで伴走し、クチコミにつながる採用ブランドを構築します。



キャリア価値  
（ソザイ）定義

企業特徴をキャリア価値に転換し、採用ブランドの核を定義



採用体験  
全体設計

イベント・選考・承諾後まで一貫した体験ジャーニーを設計



各体験への  
落とし込み

各タッチポイントのコンテンツ・コミュニケーションを設計



現場への  
インストール

面接官・登壇者へのトレーニングやツール提供により、実行力を最大化



採用ブランドを  
育てる体験設計

語られる体験を設計し、良いクチコミ・推薦が生まれる仕組みを構築





## サービス開始までの流れ

初回ディスカッションを通じて、現状の取り組みや課題を整理し、  
貴社の状況・ご予算に応じた最適な進め方を**一緒に設計します。**



01



### 初回ディスカッション

現状の取り組みや課題感を共有いただきながら、  
「どこを変えれば成果が伸びるか」を  
一緒に整理させていただきます。



対話を通じて、課題の解像度を  
一緒に上げていきます。

02



### プラン設計・ご提案

優先度・ご予算・体制を踏まえ、無理のない  
スモールスタートからプロジェクト型まで、  
最適な進め方をご提案します。



貴社にフィットする、現実的で  
柔軟なプランをご提案します。

03



### プロジェクト開始 (伴走支援)

実行フェーズまで入り込み、設計だけでなく  
“現場で機能する形”まで一緒に創り上げ、  
成果創出に伴走します。



実行・改善まで寄り添い、採用を  
プロデュースします。



来期の取り組みのご相談や、一部テーマのご支援も可能です。**まずはお気軽にご相談ください。**

## Q. 費用感はどのくらいですか？

ご支援内容によって変動しますが、ミニマム100万円～のご支援が中心となります。一方で、単発施策ではなく、「採用成果に繋がる体験設計」を前提としているため、イベント参加率・承諾率・辞退防止・口コミ形成など、中長期も含めたROI最大化を重視しています。また、目的やご状況に応じて、スモールスタート→効果検証→拡張という進め方も可能です。

## Q. サポート体制はどのようになっていますか？

戦略提案だけで終わるのではなく、実際の運営・実行まで含めて伴走するスタイルを大切にしています。イベント設計、選考体験改善、面接官支援、コンテンツ企画など、必要に応じて実務レベルまで入り込みながら、貴社と一緒に採用体験を磨き上げていきます。「壁打ちしやすい」「相談しやすい」「一緒に考えてくれる」そんな“伴走感”を感じていただけることも、私たちの特徴の一つです。

## Q. 採用コンサルや外部パートナーを入れたことがなく、不安です

採用領域において「外部と一緒に進める」こと自体が初めてという企業様も少なくありません。私たちは、資料だけを提出する“評論型”ではなく、現場に入り込みながら伴走するスタイルを大切にしています。また、いきなり大きく変えるのではなく、まずは現状理解・課題整理から始め、貴社の文化や運営体制に合わせて無理のない形で設計・実行を進めます。採用担当者・現場社員の皆さまと同じ目線で、実務まで含めて支援いたします。

## Q. 既に採用方針や青写真があるのですが、大丈夫ですか？

もちろん問題ありません。私たちは“ゼロから全て作り変える”ことを目的としていません。既にある想いや方向性・採用コンセプト・文化を尊重した上で、「どうすればより伝わるか」「どう体験として接続するか」を一緒に磨き上げていきます。企業ごとに、“守るべきらしさ”は異なるからこそ、一方的に型を押し付けるのではなく、現場にフィットする形へ調整・最適化していくことを大切にしています。

## 貴社の採用を、“選ばれる状態”へ まずはお気軽にお問い合わせください

体験設計を通じて、志望度・クチコミ・採用成果の最大化を実現します。  
短期成果と中長期のブランドを両立した採用をご支援します。



[お問い合わせフォーム](#)



