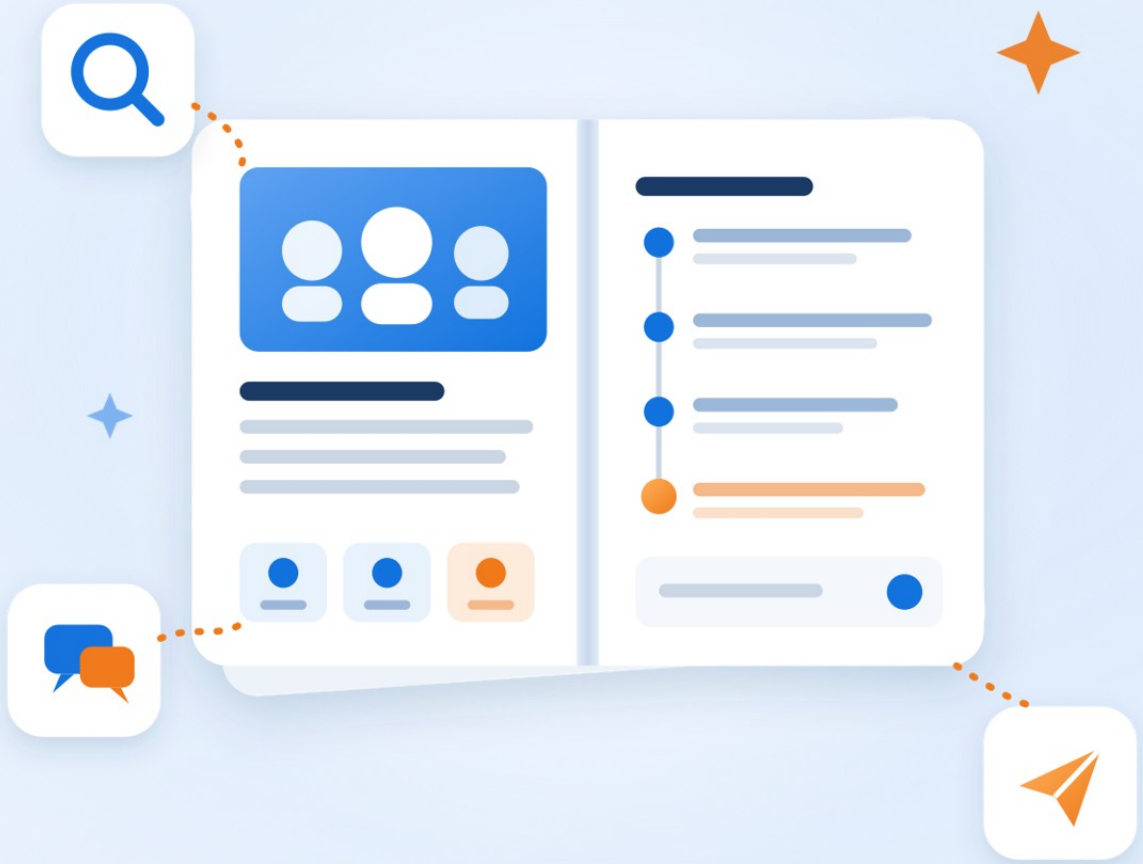
スカウト・カジュアル面談を行う採用担当者向け

「検討します」を、
応募に変える1冊

スカウト・面談のあとに渡す
採用ピッチの作り方



よくある場面

面談はできたのに、「検討します」のまま連絡が途絶える

面談では、会社のことを丁寧に説明した。それでも応募につながらない。その裏で、候補者の側では別のことが起きています。

採用担当者のある 1 か月（架空の例）

- 面談のたびに、現場の先輩に 30 分の説明をお願いしている
- 説明する人によって、話す内容が変わる
- 面談のあとに送るのはお礼のメールだけで、渡せる資料がない

候補者の側で起きていること



調べる

連絡の前に会社名で調べ、採用サイトや口コミを見る



話す

面談で、仕事や職場の話を聞く



持ち帰って比べる

ほかの会社の話と並べ、どこに応募するかを考える

比べるとき、手元に話の中身が残っていないと、思い出せることだけで判断されます。

ポイント　面談の話は、持ち帰ると薄れます。比べるときに手元に残る 1 冊（採用ピッチ）を用意しておくことが、応募への近道です。

※ 例は説明のための架空のものです。

データ①｜情報収集

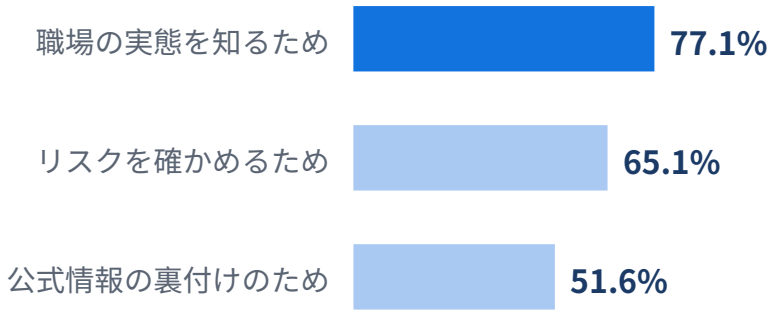
候補者は、公式の情報の外も見て判断している

転職活動では、公式サイトや求人票だけでなく、 SNS や口コミを確かめる人が 8 割を超えます。
公式の情報が少ないと、判断の材料が口コミに偏りやすくなります。

転職活動で、公式情報以外に SNS ・口コミを確認する

83.8%
が SNS ・口コミを確認

確認する人の目的（複数回答）



34.5%
SNS ・口コミが原因で、応募をやめた経験がある

※ 確認すると答えた人が対象

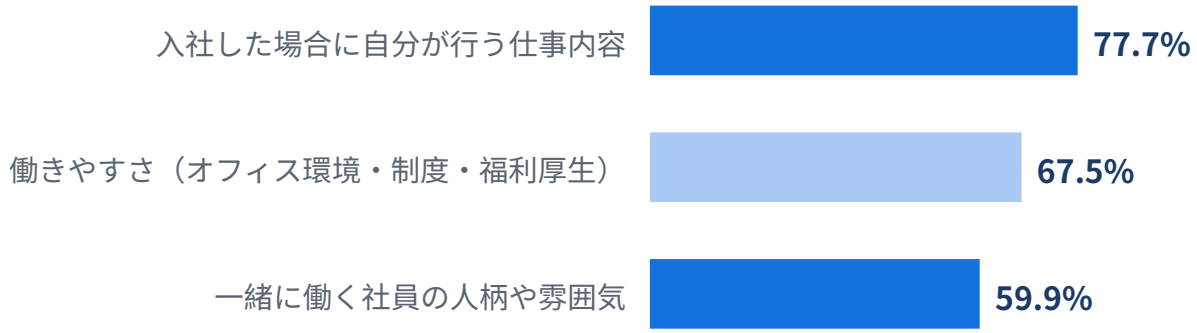
職場の実態を、会社の言葉で先に出しておく。それが採用ピッチの役割のひとつです。

出典：ワークポート「転職活動におけるSNS・口コミの影響に関する調査」（2026年6月発表、20〜40代の同社サービス利用者308人）

面談は、志望度が上がる場にも、上がらないまま終わる場にもなる

カジュアル面談に参加した人のうち、志望度が上がった人は 6 割を超えます。
一方で、上がらなかった人も約 2 割います。候補者が知りたいのは、入社後の仕事と一緒に働く人です。

カジュアル面談で聞きたいこと（複数回答）



グラフと右の数値は、同じ調査の同じ人たち（ 89 人）の回答です

志望度が上がった

64.0%

「上がった」 29.2% ＋「どちらかといえば上がった」 34.8%

志望度が上がらなかった

19.1%

「どちらかというと上がらなかった」 15.7% ＋「上がらなかった」 3.4%

「入社したら何をするのか」「誰と働くのか」。その答えを、面談のあとも手元に残る形で用意しておきます。

出典：学情「カジュアル面談」に関する調査（2025年4月発表、カジュアル面談に参加したことがある20代後半〜30代89人）

考え方

採用ピッチは、面談の話を持ち帰れる形にした 1 冊

候補者が会社を決めるまでに通る 3 つの場面で、同じ 1 冊を使います。

採用ピッチとは　会社の魅力と入社後の姿を、候補者向けに数ページにまとめた資料です。会社案内と違い、「入社したら何をするのか」「誰と働くのか」を中心に置きます。

場面①　調べる

返信・面談の前

会社名で調べたときに、 Web に置いた採用ピッチが見つかる

採用ピッチの役割
仕事の中身が、公式の情報として見つかる

場面②　話す

カジュアル面談

画面に採用ピッチを映しながら、質問に答える

採用ピッチの役割
誰が担当しても、同じ中身を話せる

場面③　持ち帰って比べる

面談のあと

お礼と一緒に採用ピッチを送り、手元に残してもらう

採用ピッチの役割
話した内容を、比べるときに思い出せる

なぜ 1 冊でそろえるのか　調べた情報・面談の話・手元の資料がそろっていると、候補者は安心して判断できます。
場面ごとに話が違うと、情報の少ない部分が不安として残ります。

中身

採用ピッチに載せる、５つの中身

候補者が知りたいのは、入社したら何をするのか、誰と働くのかです（P4）。会社の沿革や制度の一覧より先に、次の５つを載せます。

載せる順番

1. **任せたい仕事**
   最初の３か月に担当する業務と、１年後に期待する役割
2. **一緒に働く人**
   配属先の人数、上司や先輩の経歴、チームの１週間
3. **いま抱えている課題**
   チームが困っていることと、いま取り組んでいること
4. **この先の歩み**
   先輩が数年でどんな仕事を任されるようになったか
5. **会社が目指すこと**
   事業の方向と、その中でこの仕事が担う役割

この順番にする理由

最初に仕事と人を置くと、候補者は入社後の自分を想像しながら読み進められます。会社全体の話は最後に置き、仕事の話とつなげます。

「いま抱えている課題」の書き方の例

「受注は伸びていますが、現場の人数が追いついていません。今年は工程管理の仕組みを見直し、１人あたりの残業を減らす取り組みを始めています」

良いところだけでなく、いまの課題もありのまま載せると、話の信頼性が増し、候補者は入社後の自分を具体的に想像しやすくなります。

作り方①｜差し替え

会社の話は共通に、仕事の話は職種ごとに差し替える

採用ピッチを職種ごとに一から作る必要はありません。
会社全体の話と、職種によって変わる話を分けておくと、少ない手間で候補者に合わせた資料になります。

共通にする部分

- 会社が目指していること、事業の内容
- 福利厚生や会社全体の制度
- いま会社全体で取り組んでいること

職種ごとに差し替える部分

- 任せたい仕事と、最初の 3 か月の流れ
- 配属先のチームと、一緒に働く人
- その職種の先輩がたどった歩み
- 勤務時間や休日の取り方など、職種や勤務地で異なる働き方

差し替えの例

施工管理職

入社 1 年目は先輩と組んで、 2 つの現場の工程表と写真記録を担当します。チームは所長を含めて 4 人です。

営業職

最初の 3 か月は、既存のお客様 20 社を先輩と一緒に訪問します。 4 か月目からは 5 社を担当します。

差し替える部分には、候補者のプロフィールに近い先輩の話を選ぶと、より自分ごととして読んでもらえます。

作り方②｜現場の声

現場の声は、一度集めて採用ピッチに残す

面談のたびに現場の社員に説明を頼むと、相手の負担が増え、話す内容も人によって変わります。
一度集めて採用ピッチに残せば、人事が面談を担当しても現場の様子を伝えられます。

集め方

- 配属先の社員に 30 分ずつ話を聞き、「1 日の流れ」「この仕事の面白さ」「入社して戸惑ったこと」を書き留める
- 言葉はなるべく本人の言い方のまま残し、立場と入社年数を添える
- 写真を 1 枚撮らせてもらう（掲載は本人の了解を得る）

残し方の例



入社 2 年目・営業

「営業同行の初日、先輩は商談のあとに 5 分だけ振り返りの時間をとってくれました。その 5 分で、次の商談で何を聞けばいいかが分かるようになりました」

※ 例は説明のための架空のものです。

集めた声の使い道　採用ピッチの「一緒に働く人」「この先の歩み」に載せます。候補者は一緒に働く人のことを知りたいと考えています。資料で土台をそろえたうえで、ここぞという場面に現場の社員に出てもらいましょう。

届け方①｜Web に置く

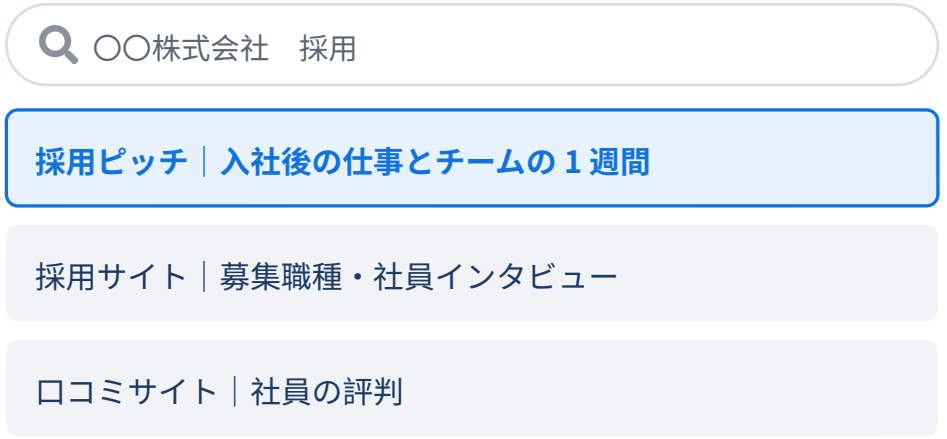
採用ピッチを Web に置き、調べられたときに見つかるようにする

候補者は、連絡や面談の前に会社名で調べることがあります（P3）。採用ピッチを Web 上に置いておけば、そのとき公式の情報として見つかります。

やり方

1. 採用サイト、ブログサービス、求人媒体の企業ページなど、会社名で調べたときに出てくる場所に置く
2. 自社名で検索して、候補者が最初に目にする情報を確かめる
3. 残業・評価・職場の雰囲気など、候補者が気にしやすいテーマほど、現状といま取り組んでいることを書いておく

会社名で調べたときのイメージ



※ 社名・画面は説明のための架空のものです。

連絡の文面の最後の一文（例）

Before　「詳しくは面談でご説明します」

→ After　**「入社後の仕事とチームの 1 週間の様子を 3 ページにまとめました。面談の前に、こちらからご覧いただけます」**

送るときは、「なぜあなたか」を一文添える

採用ピッチは、誰に送っても同じ内容です。だからこそ送るときに一文だけ、その人に声をかけた理由を添えます。
「経験を活かせます」のような誰にでも当てはまる言葉では、理由が伝わりません。

一文の組み立て　プロフィールのどこを見たか ＋ 入社後に任せたい仕事 ＋ 採用ピッチのどこを見てほしいか

Before
「これまでのご経験を活かしていただけるポジションです」

After
「法人営業で新規開拓を年間 30 社以上されている点を拝見しました。来年から始める県外への展開で、最初のお客様づくりをお願いしたいと考えています。資料の 3 ページに、そのチームの 1 週間をまとめています」

Before
「施工管理のご経験がある方を探しています」

After
「マンションの大規模修繕を 5 年担当されている点に注目しました。来年から修繕工事の受注を増やす計画があり、その中心になっていただきたいと考えています。最初の 3 か月の流れは資料の 4 ページにあります」

書くときのポイント　経験は 1 つに絞って挙げる ／ 任せたい仕事は「いつから・何を」まで書く ／ 採用ピッチのどのページに詳しく書いてあるかを添える

届け方③｜タイミング

採用ピッチを届けるタイミングは 3 回

同じ資料でも、届けるタイミングによって役割が変わります。スカウトのとき・面談の前・面談のあとの 3 回に分けて届けると、候補者の判断を後押しできます。

STEP 1

スカウトを送るとき

Web に置いた採用ピッチへのリンクを入れます。

役割　返信を迷っている人が、会社を知る材料になる

STEP 2

面談が決まったとき

日程の連絡と一緒に送り、「当日はこの資料をもとに、ご質問にお答えします」と添えます。

役割　面談の時間を、候補者の質問に使えるようになる

STEP 3

面談のあと（当日〜翌日）

お礼のメールに、面談で話題になったページを添えて送ります。

役割　持ち帰って比べるときの材料になる

届けるときのコツ

- 面談の日程連絡には、当日話す人の名前と立場を書いておく
- 返信がなかった人に 2 通目を送るときは、同じ文面を繰り返さず、採用ピッチから相手に関係の深いページを 1 つ選んで紹介する
- 今回は応募を見送る人には、今後の情報を送ってよいかを確認し、了解を得た方にだけ送る

まとめ

面談のあとに残る 1 冊が、応募を後押しする

候補者は、面談の話を持ち帰り、ほかの会社と比べて決めています。まずは採用ピッチを 1 つ作り、 3 つの場面で使うことから始めましょう。

この資料のポイント

01 候補者は、調べたときの情報と、面談のあとに手元に残る資料で会社を比べている

02 採用ピッチには、任せたい仕事・一緒に働く人・いまの課題・この先の歩み・会社が目指すことを載せる

03 会社の話は共通に、仕事の話は職種ごとに差し替える。現場の声は一度集めて残す

04 Web に置き、送るときは「なぜあなたか」を一文添えて、 3 回に分けて届ける

最初の一歩

自社名で検索して、候補者が最初に目にする情報を確かめてみてください。そこに「入社したら何をするのか」が見つからなければ、採用ピッチを作るところから始めましょう。

ご相談について

シンクパートナーズでは、スカウト・カジュアル面談のあとに渡す採用ピッチの企画構成・デザイン制作をお手伝いしています。「何を載せればよいか分からない」という段階からご相談いただけます。

シンクパートナーズ｜https://think-partners.jp/