

2025年版

# エンジニア採用 成功企業が実践する

## 仕組み×改善ポイント

内定単価が半減！

返信率3倍で採用を成功させる！



まるごと人事

# はじめに

「媒体を増やしても成果が変わらない」

「スカウトに時間もコストもかけているのに、内定に繋がらない」

「エンジニア採用にこれ以上リソースを割くのは難しい」

そんな経営者や責任者の方の“打ち手の限界”を感じる声が、私たちのもとに日々届いています。

採用単価は上がり続け、各社のスカウト運用は高度化。

これまで通りの施策では「時間もコストもかけたのに成果が出ない」リスクが、確実に高まっています。

一方で、私たちマルゴトの支援現場では、

「1名採用あたりのCPI（内定単価）を半減」「媒体変更と再送設計で返信率3倍」など、

**採用活動を“コスト”ではなく“再現可能な資産”として設計し直す**ことで、確かな成果を上げる企業が増えています。

この資料では、エンジニア採用を「勝てる仕組み」に変えるための、

5つの打ち手と実際の事例・データをもとに、“採れる会社”と“採れない会社”を分ける分水嶺をご紹介します。

投資に見合う成果が出せているか？

採用のROIを再設計する、その第一歩としてぜひご活用ください。



**01****まるごと人事とは**

Introduction

**02****なぜ今、エンジニア採用は難しくなっているのか**

Steps to successful referral recruitment

**03****成果を出す企業が実践する5つのポイント**

Common issues and solutions

**04****自社採用力を高めるための実践Tipsと仕組み化**

Pre-implementation checklist &amp; support cases

## 成長企業向けの「月額制オンライン採用代行」

採用実務を1ヶ月単位でご支援します！



月額45万円で、採用課題に合わせた最適な設計をしながら  
採用業務を代行します！

## 設計

要件定義  
ペルソナ設計

求人票・スカウト文  
作成

募集媒体選定

選考フロー構築

訴求ポイント  
洗い出し

スカウト送信  
スケジュール提案

## 実行

書類選考

スカウト対象者  
選定

面談・面接  
の日程調整

スカウト送信

応募者からの  
問い合わせ対応

エージェント  
マネジメント

## 振り返り・改善

オンライン  
定例MTG

数値分析

改善施策の提案

ターゲット再設定

求人票・スカウト文  
リライト

代行業務の変更

## 01

### まるごと人事とは

Introduction

## 02

### なぜ今、エンジニア採用は難しくなっているのか

Why is it so hard to hire engineers now?

## 03

### 成果を出す企業が実践する5つのポイント

Five points that successful companies practice

## 04

### 自社採用力を高めるための実践Tips

Practical tips to improve your company's recruitment capabilities

**01****まるごと人事とは**

Introduction

**02****なぜ今、エンジニア採用は難しくなっているのか**

Why is it so hard to hire engineers now?

**03****成果を出す企業が実践する5つのポイント**

Five points that successful companies practice

**04****自社採用力を高めるための実践Tipsと仕組み化**

Practical tips to improve your company's recruitment capabilities

# 「なぜ今、エンジニア採用は難しくなっているのか」

「採用にお金も時間もかけているのに、思うように成果が出ない」  
「求人媒体やスカウトの予算は増えているのに、決定数は横ばいか減少気味」  
—そんな声が、経営層やマネジメントから挙がるケースが増えています。

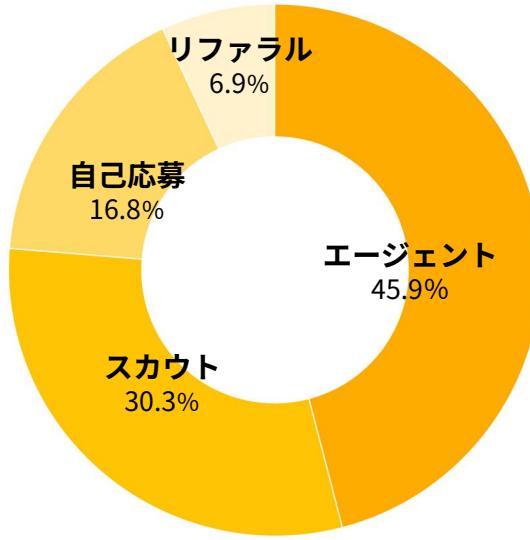
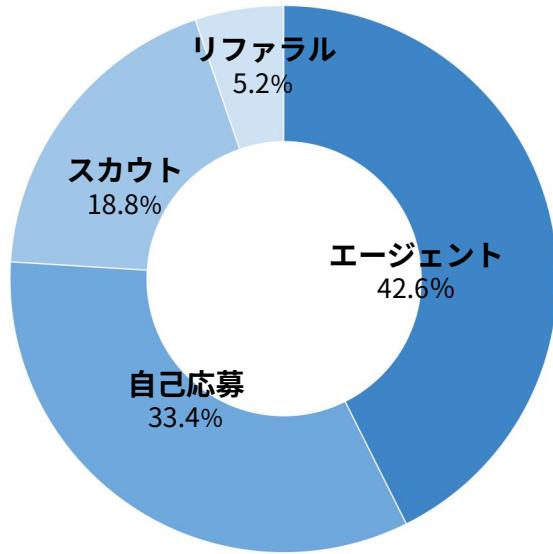
**採用投資のリターン（ROI）が年々下がっている。**  
それは人事部門の努力不足ではなく、**エンジニア採用市場そのものが変質している**からです。

スカウトは飽和し、候補者は情報疲れを起こし、  
優秀人材ほど“最初の接点”で意思決定を済ませてしまう。  
従来の施策やオペレーションが通用しづらい構造的变化が、今まさに起きています。

この章では、**2024年から2025年にかけての市場変化・媒体進化・候補者行動のリアル**を整理し、  
エンジニア採用における「難しさの正体」と、向き合うべき経営課題を明らかにしていきます。



# マルゴト支援の2024年内定実績



「媒体数やスカウト通数だけでは語れない、チャネル設計の巧拙が“成果”を左右する時代へ」

2024年、同じ媒体・同じコストをかけても、企業ごとの成果には大きな差が生まれました。

特にエンジニア職では「再送設計」や「候補者温度に応じた情報提供」といった運用の工夫が、内定数に直結する傾向が顕著に。チャネルの“量”ではなく“活用の質”が、これからの採用成果を分けていきます。

# マルゴトでの内定実績ランキング ースカウト経由のみー

## 全体

- 1 ビズリーチ
- 2 OfferBox
- 3 Findy
- 4 doda ダイレクト
- 5 Wantedly
- 6 OpenWork
- 7 Green
- 8 YOUTRUST
- 9 転職ドラフト
- 10 リクナビHRTechスカウト

## ビジネスサイド

- 1 ビズリーチ
- 2 OfferBox
- 3 doda ダイレクト
- 4 Wantedly
- 5 OpenWork
- 6 リクナビHRTechスカウト
- 7 YOUTRUST
- 8 Green
- 9 AMBI
- 10 ジョブメドレー

## エンジニアサイド

- 1 ビズリーチ
- 2 Findy
- 3 転職ドラフト
- 4 Green
- 5 YOUTRUST
- 6 OpenWork
- 7 LabBase
- 8 Forkwell Jobs
- 9 OfferBox
- 10 Wantedly

※2024/1～2024/12のマルゴト株式会社での支援企業の内定データを元に算出

# 2025年、エンジニア採用を取り巻く4つの構造変化

「媒体を使っているか」ではなく、“どう設計して届けているか”が成果の差を生んでいる。

エンジニア採用は、届け方とタイミングの設計勝負に突入している。

## スカウト疲れ・飽和感の顕在化 特に20代後半～30代前半のエンジニア層

- エンジニアへのスカウト通数が激増し、特に20代後半～30代前半は「月100通以上」が当たり前に
- 今後は“読まれない前提”で、1通目から内容設計と再送戦略を持つ必要がある

## 人が介在するチャネルの信頼性が再評価 (紹介・リファラル・タレントプール)

- エージェント・リファラル・社内タレントプールなど、**目利きのある人経由**での応募が増加
- スカウトだけでなく「中長期的な接点の持ち方」がより重要なになっている

## 意思決定スピードの高速化 PdM・TechLead層ほど「1週間で内定承諾」も

- 技術理解・市場理解のある人ほど、情報収集が速く、意思決定も早い
- 1週間以内に意思決定されることも珍しくなく、「一次面接までのスピード感」が勝敗を分ける

## スカウト再送が成果を分ける 内定者の“76%”が再送スカウト経由という事実

- 再送／再々送まで含めた「マルチタッチ設計」が、エンジニア採用では必須に
- 再送時は“技術的共通点”や“開発方針”などの深掘りが効果的

# 媒体進化の結果として起きていること

## 媒体の進化

- **Findy**：スカウト文自動生成・AI機能の強化、エンジニア向けDBの拡充
- **Green**：UI刷新・レコメンド精度向上、スカウト通数制限が一部緩和
- **YOUTRUST**：副業・複業経由転職の強化、スカウト可能領域の拡大
- **転職ドラフト**：回答期限制のマッチングがより短期化し、「スピード重視層」に支持される傾向あり
- **ビズリーチ**：特定カテゴリ（PdMやSREなど）の特集が増加し、セグメント戦略強化

## 結果起きていること

- “質の高いスカウト”が前提条件に
  - 各社とも「量より質」へのシフトが進んでおり、**開封・返信される文面の競争が激化**
- 副業・複業層の取り込みが活発化
  - 媒体経由での「即正社員マッチング」よりも、**「関係構築型」の採用導線**が求められている
- 意思決定スピードへの対応が不可欠に
  - 転職ドラフトやGreenのUI刷新は、候補者の動きを早くするための設計
- 媒体選定・設計次第でCPI（採用単価）が大きく変わる
  - 「職種×媒体の適合度」を見極めないと、予算だけ消化して成果ゼロという状況も起きやすい

2025年のエンジニア採用は、「媒体を出せば採れる」時代ではなくなつた。

媒体ごとの戦い方を理解し、**スカウト文の質・接触導線・スピード対応**を最適化できた企業だけが成果を出している。

**01****まるごと人事とは**

Introduction

**02****なぜ今、エンジニア採用は難しくなっているのか**

Why is it so hard to hire engineers now?

**03****成果を出す企業が実践する5つのポイント**

Five points that successful companies practice

**04****自社採用力を高めるための実践Tipsと仕組み化**

Practical tips to improve your company's recruitment capabilities

# 成果を出す企業が実践する5つのポイント

採用市場が難化する一方で、同じスカウト媒体・同じ予算感でも着実に成果を出している企業が存在します。彼らは、特別な武器や資金力を持っているわけではありません。

違うのは、「どこにリソースを集中させるべきか」を理解し、  
**採用活動を“再現性のある仕組み”として設計している**ことです。

たとえば、スカウトの再送率を追い、**文面・タイミング・導線**まで検証して改善を続ける。  
候補者の温度感に合わせた情報設計や、現場巻き込みを仕組み化する。  
こうした1つひとつのアクションが、“採れる採用”を支えています。

この章では、私たちマルゴトが実際に支援してきた中から見えてきた、  
成果を出している企業に共通する「5つの実践ポイント」を、事例とともにご紹介します。

「手法」ではなく「構造」で勝つためのヒントが、この中に詰まっています。



# 01 スカウトの質と“再送設計”

## 「内容」も「タイミング」も、成果を左右する重要変数

スカウトが届かないのではなく、“響いていない”だけかもしれない。

いま成果を出している企業は、1通目～再送～再々送まで設計し分けることで返信率・内定率を高めています。

### 設計のポイント

**1通目：興味喚起/ハードル下げ**

開発課題や技術選定の背景に触れつつ、カジュアルな導線で熱量訴求

**再送：関係性づくり/印象付け**

職種別の技術情報・組織体制を具体的に明示（例：フロント vs インフラ）

**再再送：意思決定の後押し**

「今月で募集終了」 「CTO面談枠の案内」など明確な動機付けを添える

### まとめ

「スカウト＝1通勝負」は、エンジニアには通用しない。エンジニアは“自分にとっての納得感”がない限り動かない。

成果を出す企業は、職種ごとの情報設計 × タイミング設計で複数タッチを戦略的に設計。再送設計は、採用成果の“本命施策”である。

## 02 採用広報の進化（動画・音声・ブログ）

「求人票」では伝わらない、“会社の温度”を届ける発信設計を

採用広報は、もはや「オプション」ではなく **候補者の意思決定に直結するコンテンツ** になっています。

### 発信チャネル例と設計のポイント

**note**

開発方針・働き方・カルチャーを“言語化”して届ける

**YouTube／Podcast**

CTO・社員の声を通じて“雰囲気と熱量”を伝える

**技術ブログ（Qiita等）**

スキル／取り組みを可視化して技術者からの共感を得る

### まとめ

「求人票の情報+α」の発信が、候補者の温度感を高める。

選考前に「この会社、いいかも」と思ってもらえる情報設計が、スカウト→面談→意思決定を滑らかにする。

# 03 現場エンジニアとの協働

## 現場が関わる採用は、候補者に“本気度”と“リアル”を伝える

候補者が最も見ているのは「誰と働くか」。

現場エンジニアの関与が、応募率・承諾率の差を生む最大の要因 です。

### 関与のパターンと仕組み化

スカウト文のレビュー

Slackで月1回のレビュー会／Notionでテンプレ共有

カジュアル面談の同席

エンジニアが登場することで安心感と深度を提供

技術ピッチの登壇

社外イベント／noteなどを通じた発信で認知を高める

### まとめ

「現場の声」が最強の採用コンテンツ。

属人化せず、現場関与をチームの“当たり前”にする仕組み が鍵。

# 04 タレントプールとCRM型運用

“今すぐ応募しない人”こそ、未来の内定者になる

一度接点を持った候補者を“使い捨て”にしない。

候補者データを資産として蓄積・活用 する企業が成果を出しています。

## 活用の仕組み

辞退者・選考離脱者の再接触

半年後の再スカウトや定期フォローで応募・内定につなげる

温度感タグ付け・時期指定管理

「今は転職しない」「秋以降なら検討」などCRM管理

Herp/NotionでのDB化

候補者情報をストックし、イベント・媒体・再送に活用

## まとめ

採用は“今月の数字”ではなく“資産運用”。

候補者情報を点で終わらせず、線でつなげる仕組み が成果を生む。

# 05 生成AI活用による業務効率化

“作る工数”を減らし、“判断する時間”に集中する

スカウト文・求人票・広報コンテンツ ...。

生成AIを活用する企業が、少人数体制でも成果を出しています。

## AI活用のパターン

スカウト文の草稿生成

GPTを使って文面たたきを作成→人がレビュー＆送信

面接官ガイドの要約

候補者情報から「聞くべき質問」や「懸念点」サマリを生成

Slack bot連携

候補者管理や進捗報告、スカウト案作成などを自動化

## まとめ

「すべて人がやる」は、もはや非効率。

AIを活用することで、より本質的な“選考・評価・動機づけ”に集中できる体制を作る。

## 01

### まるごと人事とは

Introduction

## 02

### なぜ今、エンジニア採用は難しくなっているのか

Why is it so hard to hire engineers now?

## 03

### 成果を出す企業が実践する5つのポイント

Five points that successful companies practice

## 04

### 自社採用力を高めるための実践Tipsと仕組み化

Practical tips to improve your company's recruitment capabilities

# 自社採用力を高めるための実践Tips

採用成果が「一部の担当者の経験や熱意」に依存している限り、組織としての成長は頭打ちになります。

特に難易度が高まるエンジニア採用においては、“**属人的な成功体験**”を“**再現可能な仕組み**”に変える**設計力**が、企業の採用力を分けています。

成果を出している企業ほど、個別の施策に頼るのではなく、

**スカウト・広報・タレントプール・現場連携を仕組みとして組み立て、チーム全体で回せる体制**を構築しています。

ピッチ資料の整備と活用フロー、スカウト文のテンプレートとレビュー設計、

広報とスカウトを連動させる導線設計、そして組織的な情報ストックとしてのタレントプール運用。

それらは、決して大企業だけの話ではありません。**少人数体制でも設計と運用次第で十分に実現可能**です。

この章では、まさに今の現場で成果につながっている“運用の仕組み”と“再現可能な型”を、

テンプレ・診断・構成例などとともにご紹介します。

「個人ではなく、チームで勝てる採用」へ。

そのための地盤づくりを、一歩ずつ支援します。



# 採用ピッチ資料の整備と活用

スカウトやカジュアル面談では、「何を話すか」よりも前に「何を渡すか」が重要です。会社の魅力や働く環境を、候補者に“言葉ではなく構造”で伝えるためには、ピッチ資料が不可欠。誰が使っても一貫性がある、「採用の伝達装置」を整えましょう。

## ✗ よくある課題

- 採用資料が汎用的で、技術・開発環境についての情報が不足
- 面談前に「何をやっている会社かよくわからない」と言われる
- 説明内容が担当者によってバラバラで、技術観点のズレが発生

## ✓ 解決策

### 1スライド1メッセージ構成で資料を設計

伝えたいメッセージを1枚に絞り、「伝わる構成」で設計する  
M&V／事業／技術／チーム／働き方などを軸に5～8枚で構成

### スカウト返信後～面談前に、資料を事前送付

候補者とのファーストコンタクト時に“情報の土台”を提供する

### 開発組織の思想・技術選定理由を明示する

エンジニアが最も重視する“技術的な意思決定”に透明性を持たせる  
(技術スタック・アーキテクチャ選定理由・技術課題など)

### Notion上に「資料管理の共通フォルダ」を整備

職種・職位ごとに使い回せるよう、共有ストレージを設計する

## スカウト文のテンプレート化と運用設計

スカウトの成否は、文面のセンスではなく設計力で決まります。

職種ごと、送信タイミングごとに最適な内容と流れを整備することで、返信率は大きく変わります。属人化せず、チームで回せるスカウト運用を目指しましょう。

### ✗ よくある課題

- スカウト文が属人的で、担当者によって内容・トーンがバラバラ
- テンプレはあるが更新されず、形骸化している
- 再送・再々送の設計がなく、1通勝負になっている

### ✓ 解決策

#### 職種別・タッチ別にテンプレートを整備

誰が送っても一定水準の文面が届く状態をつくる  
職種別+1通目／再送／再々送で構成ブロックを使い分ける

#### Slack／Notionで文面レビューを習慣化

現場とのフィードバックループをチームで回す

#### 技術ブログ・CTO登壇記事へのリンクを“型”に組み込む

スカウト文の中で候補者の温度を上げる仕掛けを入れる  
リンクだけでなく「どの順で見てほしいか」も一緒に記載すると◎

#### スカウト返信率をKPI化して週次で改善

テンプレの効果を検証し、常にアップデートできる運用へ  
媒体別・職種別・文面別で簡易A/Bテストを仕込むと効果的

## 採用チャネルの連動導線設計

note、スカウト、面談それがバラバラに機能していては、候補者は動きません。

すべてのチャネルが「1つのストーリー」として連動することで、候補者の温度感と信頼が高まります。採用活動を“点”ではなく“面”で設計する視点が求められています。

### ✗ よくある課題

- noteや登壇資料を出しているのに、スカウトや面談で活用されていない
- 面談のたびに同じ説明をしており、候補者の温度が上がらない
- ストーリー設計がなく、情報が点で届き、候補者に刺さらない



### ✓ 解決策

#### 採用コンテンツを「一連の流れ」で設計

note→スカウト→面談→選考へつながる情報導線を構築する各チャネルの役割を定義し、候補者視点でストーリー化する

#### 技術記事や開発ブログに応募導線を明記

「興味を持った瞬間」にアクションできる仕掛けを入れる

#### 面談前に資料送付テンプレを用意

面談直前の「予習」で温度感と理解度を上げる  
送付内容は職種別に事前定義／Notionなどでワンクリック送信

#### 「この順で見てください」をセットで伝える

コンテンツは“順番”で印象が変わる。資料の優先順位・ストーリー順と一緒に伝えることで理解と納得が深まる

## 自社診断と改善打ち手の見える化

感覚ではなく構造で採用課題を捉えることが、改善の第一歩です。

どこにボトルネックがあるのかを可視化し、優先度に基づいて改善する仕組みを持つことで、打ち手は再現可能になります。チーム全体で“採用の見える化”に取り組みましょう。

### ✗ よくある課題

- スカウトも広報も頑張っているが、どこに課題があるか言語化できていない
- 採用KPIが属人化し、「成果が出てる/出てない」が議論で止まる
- 改善の優先順位が不明確なまま、施策だけが増えていく

### ✓ 解決策

#### チェックリストで運用の“盲点”を可視化

肌感では見えないボトルネックを構造的に把握する。

5カテゴリ×3問(例：スカウト/広報/現場巻き込みなど)で診断設計

#### 月1回の“診断振り返り”を採用会議に組み込む

「どこが改善ポイントか？」をチームで話し合える仕組みにする

#### スコア別に優先打ち手を整理する

今やるべきことを明確にし、施策の打ちすぎを防ぐ。

初級＝テンプレ整備/中級＝媒体運用の改善/上級＝CRM設計など

#### 採用会議に“感覚”ではなく“データ”を持ち込む

再現性ある議論を可能にし、属人化を防ぐ

振り返り結果やスコア推移を定点管理する仕組みがカギ

# エンジニア採用力 セルフチェックリスト例（全15問）

項目	内容
スカウト運用 エンジニア職へのアプローチ精度	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ スカウト文を <b>エンジニア職種別</b>（例：SRE／フロント／PdM）にカスタマイズ している</li><li>✓ <b>再送／再々送の内容・タイミング</b>を設計し分けて 運用している</li><li>✓ スカウト返信率や内定率を <b>ポジション別・媒体別</b>に <b>KPI管理</b>している</li></ul>
採用広報 “技術と組織”をどう伝えているか	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ エンジニア向けに <b>技術ブログ・note・登壇資料</b> などで情報発信している</li><li>✓ ピッチ資料に <b>技術選定理由／開発組織の思想</b> を含めて説明している</li><li>✓ 面談前に <b>CTOインタビュー／チーム紹介動画などの資料を送付</b> している</li></ul>
現場巻き込み エンジニアが採用活動に関与しているか	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ スカウト文を <b>現場エンジニアまたはマネージャーがレビュー</b> している</li><li>✓ カジュアル面談や一次面接に <b>実際の開発メンバーが同席</b> している</li><li>✓ エンジニア面接官の育成（評価基準のすり合わせ・質問集など）が仕組み化されている</li></ul>
質問リスト 将来の候補者を資産化できているか	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 過去の <b>辞退者・選考離脱者</b>に対して再アプローチの運用 を回している</li><li>✓ HerpなどのATSで <b>エンジニア候補者のスキル・志向</b>をタグ管理 している</li><li>✓ 「今は転職しない」候補者の <b>時期感・温度感</b>を記録／定期接触 している</li></ul>
環境整備 再現性・運用力を持てているか	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 週次で <b>ポジション別の採用進捗・課題</b>を共有する会議体 がある</li><li>✓ <b>媒体別の成果</b>（返信率／応募数／CPI）を月次で可視化・比較 している</li><li>✓ 選考辞退者の <b>理由や温度変化</b>を記録・振り返りし、打ち手に反映 している</li></ul>

# 診断結果：診断スコアから見る、いま必要な打ち手は？

スコアに応じて「どこから着手すべきか」が明確になります。（「○=1点／△=0.5点／×=0点」で最大15点で計算）

エンジニア採用の難易度が増す中、「運用されているかどうか」ではなく、「**構造化され、再現できるか**」が分水嶺になります。

## 0～5点 | 初級レベル (属人的・場当たり的な採用)

- 採用は人事 or CTOの“個人対応”に依存
- スカウト文は媒体初期テンプレそのまま（技術要素が弱い）
- 開発方針や技術スタックが候補者に伝わっていない
- 面談は「会社説明会」状態で、相手理解や動機形成ができていない

### 👉 今すぐやるべき打ち手：

- ✓ エンジニア職種別の**スカウトテンプレート**を整備（1通目・再送・再々送）
- ✓ **ピッチ資料**を5枚だけでも作成（MVV/技術スタック/課題/働き方/開発組織）
- ✓ 面談・面接フローを**Notion**や**スプレッドシート**で可視化（誰が何を評価するか）

## 6～10点 | 中級レベル (部分最適・属人化リスクあり)

- 特定メンバーにノウハウが集中（スカウト/面談設計が属人化）
- 媒体ごとの成果検証がされておらず、なんとなく使っている
- 広報記事やピッチ資料が「作って終わり」で活用されていない
- 採用会議が“事実の報告会”になっていて打ち手が生まれていない

### 👉 今すぐやるべき打ち手：

- ✓ **媒体別のKPI**(CPI・返信率・承諾率)を月次で可視化→打ち手へ反映
- ✓ SlackやNotionで「**スカウト文レビューのフロー**」をチーム内に組み込む
- ✓ Herp/Notionでタレントプールを管理し、「時期が合えば」層を**再接触可能**に

## 11～15点 | 上級レベル (再現性ある構造が運用されている)

- スカウト→広報→面談までの導線が一気通貫で設計されている
- 技術面の訴求（note/登壇資料/開発ブログ）とスカウトが連動している
- 現場巻き込み（レビュー/面談参加/質問設計）も仕組み化されている
- タレントプールやCRM運用を通じて“**将来の候補者**”も資産化できている

### 👉 さらに成果を伸ばすための一手：

- ✓ スカウト文・求人票・候補者要約に**生成AIを活用**→工数削減+質向上へ
- ✓ **エンジニア広報**の拡張（Podcast/YouTube／Slackログ共有など）
- ✓ タレントプール起点で「**6ヶ月後の採用成功**」を設計できるフロー構築

# 成果が出る企業は、何が違うのか？

仕組みで守る、候補者への“誠意”。

それこそが、競合に負けないエンジニア採用力になります。

## POINT 01

スカウトは「一通勝負」ではなく、戦略的に設計する

再送・文面・タイミングまで“型”に落とし込み、候補者との複数タッチで信頼と反応を引き出す。

## POINT 02

面談・広報・資料。すべてが“温度を上げる導線”になる

情報の質ではなく「どう届くか」が成果を分ける時代。面談前送付やnote・ピッチ資料の活用で、認知と共感を育てる。

## POINT 03

採用は個人の頑張りではなく、チームで再現できる構造へ

採れる企業は、タレントプール運用や評価フローを仕組み化し、「誰がやっても成果が出る状態」を組織全体でつくっている。

# 属人的な勘ではなく、再現可能な仕組みで採れる。

「スカウトを送っても反応がない」

「面談で熱量が伝わらない」

「記事やピッチを作っても、活用されない」

— こうした悩みは、スキル不足ではなく、“設計不足”が原因かもしれません。

成果を出している企業は、

**属的なノウハウを仕組みに変え**

**採用活動を「構造」で捉え**

**再現性ある運用を組織全体でまわしています。**

私たちまるごと人事は、

1社ごとの採用体制に最適な“設計”と“運用”を伴走して支援してきました。

もし今、少しでも「このままでは採れないかも」と思ったら、

まずは30分の無料相談にお越しください。



エンジニア採用のノウハウや工数にお困りの際は  
**「まるごと人事」に  
ご相談ください！**

## 採用支援サービス

月額制の採用代行サービス

### まるごと人事

月額45万円で、採用業務をまるっと代行します！

スカウト特化の採用代行サービス

### まるごとスカウト

月額25万円でスカウト業務をまるっと代行します！

タイプ別訴求型・面接代行サービス

### まるごと面接代行

志向タイプ別の訴求トークの設計等質の高い面談代行を提供します！

採用成功につながるピッチ資料

### 採用ピッチ制作

powered by まるごと人事

デザイン～コンテンツ企画まで、40P 60万円で制作します！

もっと楽に、質の高い採用広報

### 採用広報代行

powered by まるごと人事

企画～記事作成まで、1記事15万円～代行します！

## バックオフィス支援サービス

月額制バックオフィス代行サービス

### まるごと管理部

成長企業向けの  
バックオフィス代行チーム！

まるごと人事ならお役に立てます！

## 採用課題に合わせた最適な設計をしながら 採用業務を代行します！

### 設計



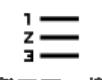
要件定義  
ペルソナ設計



求人票・スカウト文  
作成



募集媒体選定



選考フロー構築



訴求ポイント  
洗い出し



スカウト送信  
スケジュール提案

### 実行



書類選考



スカウト対象者  
選定



面談・面接  
の日程調整



スカウト送信



応募者からの  
問い合わせ対応



エージェント  
マネジメント

### 振り返り・改善



オンライン  
定例MTG



数値分析



改善施策の提案



ターゲット再設定



求人票・スカウト文  
リライト



代行業務の変更

※スライドに記載のない内容も柔軟にご相談ください！

# 継続率95%以上！多くのお客様にご好評いただいております

## Point. 01

### 豊富な実績



- ✓ 累計支援社数 570 社以上
- ✓ 媒体利用実績 180以上
- ✓ スカウト送信 月間約4万通

## Point. 02

### 高品質



- ✓ 経験豊富な216名の社員が在籍
- ✓ 手厚い支援体制
- ✓ 充実した社内教育・研修制度

## Point. 03

### 柔軟性



- ✓ 1ヶ月ごとの更新
- ✓ 退職・離職リスクがない
- ✓ 採用計画に沿ったご提案

# marugoto 会社概要

会社名	マルゴト株式会社
設立日	2015年10月
事業内容	採用代行、バックオフィス代行、資料制作代行
代表取締役	櫛引一臣 (くしひき かずおみ)
社員数	216名 (2025年10月時点)
会社名	〒060-0061 北海道札幌市中央区南一条西十六丁目1番地323 春野ビル3F
本社HP	<a href="https://marugotoinc.co.jp/">https://marugotoinc.co.jp/</a>



経済産業省 北海道経済産業局が実施するスタートアップ育成支援プログラム「J-Startup HOKKAIDO」の認定スタートアップとして選定されました。



「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律」(女性活躍推進法)に基づく認定マーク「えるぼし」の最上位である認定段階3を取得しています。



総務省が主催する「テレワークトップランナー2024」にて、テレワークの十分な実績や、テレワークの活用による経営効果の発揮等、優れた取組を行っている団体20社中の1社に選定されました。

まずは 30分の無料採用相談 からどうぞ！

無料採用相談はこちら！ >

「採用がわからない」「どこまでお願いできるかわからない」など  
ざっくばらんに採用相談にのっておりますので、お気軽にご連絡ください！