

内定承諾率100%・連続承諾45名を実現した

『オファーレター』作成ガイド



オフィサーの強化で『内定承諾率100%・45名連続承諾』が実現！



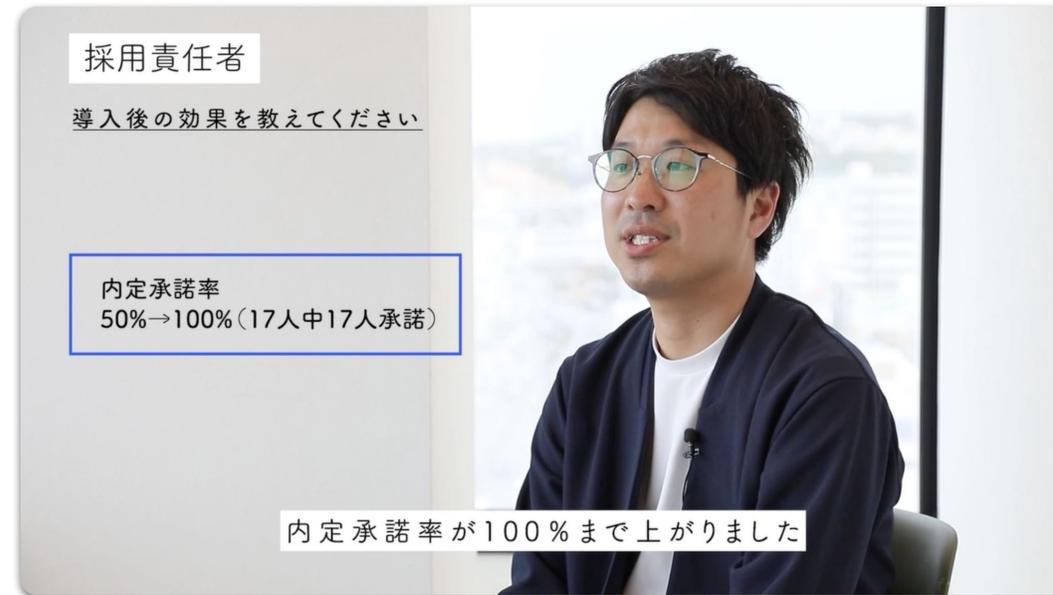
内定承諾率 **100%**



https://youtu.be/uEBm4NN_8vk?si=WO97RJ1VwPl6rFRR



45名 連続承諾



https://youtu.be/ckRQTXyRDrU?si=HznoEt_V08PcTq15

採用強化を実現するための『オファーレター』の作成方法を一通貫で解説

1

採用強化における『オファーレター』の重要性

2

内定承諾率100%を実現する『オファーレター』作成方法

3

『オファーレター』で採用強化を実現した“成功事例”

- 01 採用強化で見逃しがちな『内定承諾率』の重要性
- 02 低い『内定承諾率』が生む問題
- 03 今すぐ x 低コストで実現可能な『内定承諾率』向上
- 04 オファーレターで成果を上げる『ポイント』
- 05 ソリューション紹介
- 06 お問い合わせ先

01 採用強化のよくある失敗・見逃しがちな『内定承諾率』強化

採用強化において『母集団の“量”を増やす』ことのみに行きがち
→ **良い候補者に出会えたときに決められる『内定承諾率』の向上は見逃されがち**

採用目標が『**未達**』...何か
採用強化の施策を打たないと...

まず『**内定決定率**』を高めて、
良い候補者を決められる状態に
しないと...

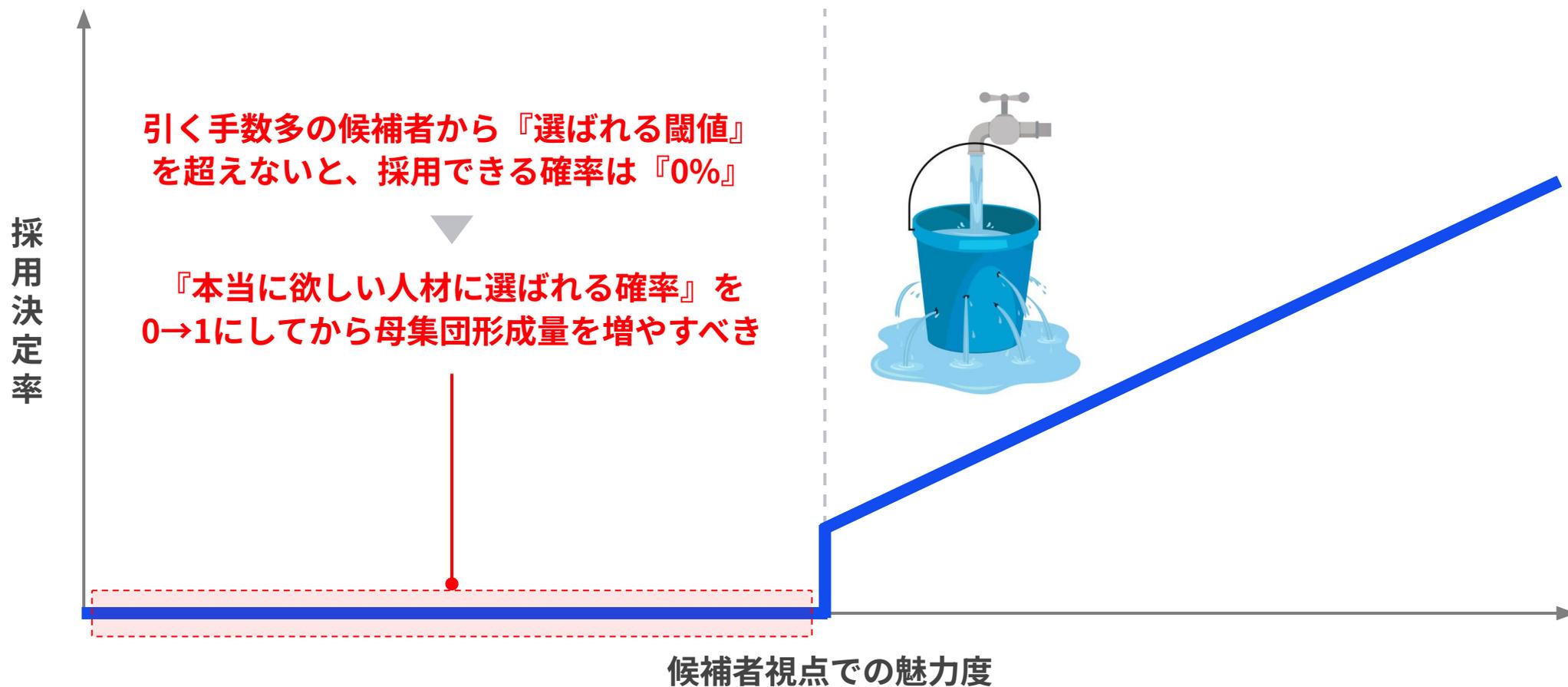


とりあえず『**母集団の量**』を増や
さなきゃ...新しいエージェント・
採用媒体を増やさないと...

**本当は改善余地が大きいのに
多くのケースで見逃されがち...**

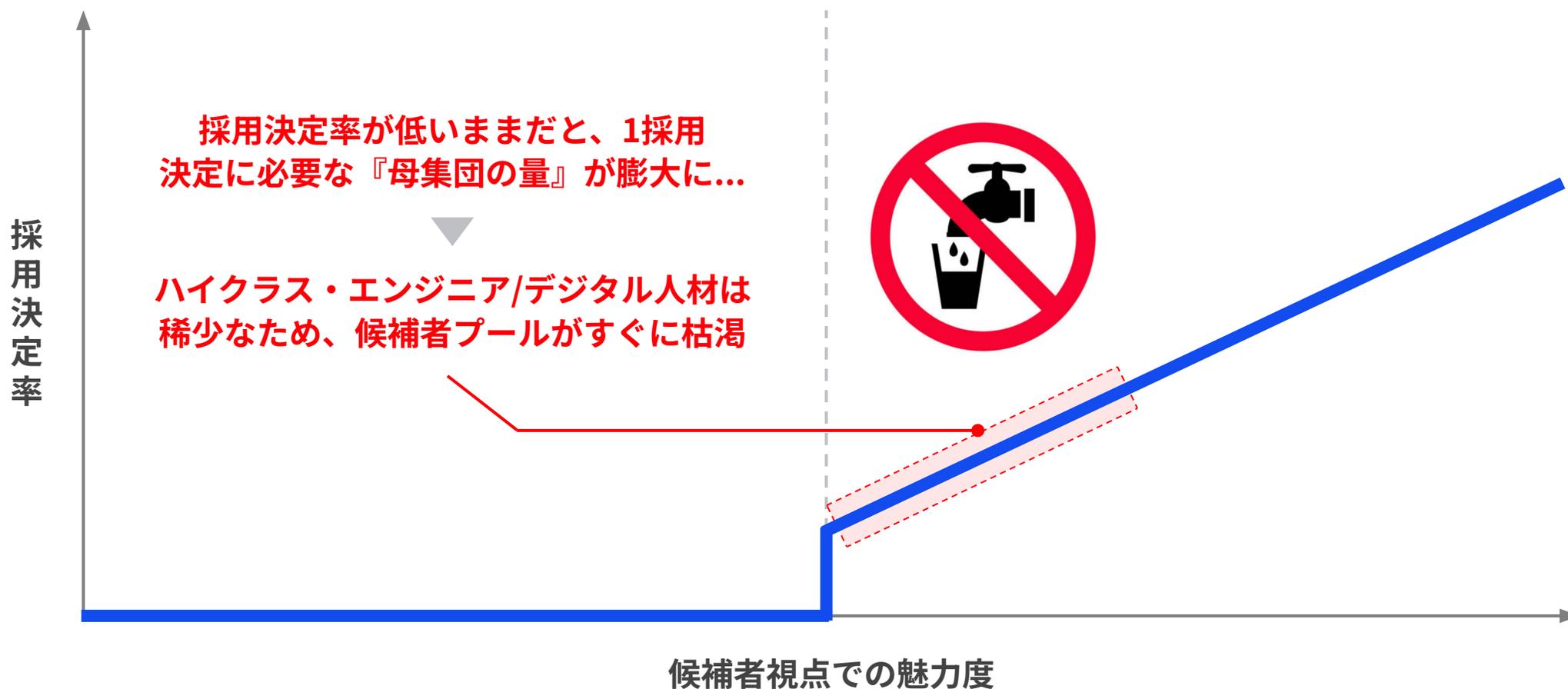
02 低い『内定承諾率』が生む問題①

候補者視点での魅力で『閾値を超えないと』引く手数多の優秀人材の採用可能性はゼロ
→バケツの穴を先に塞がないと、母集団形成の費用をかけても本当に採りたい人は採れない

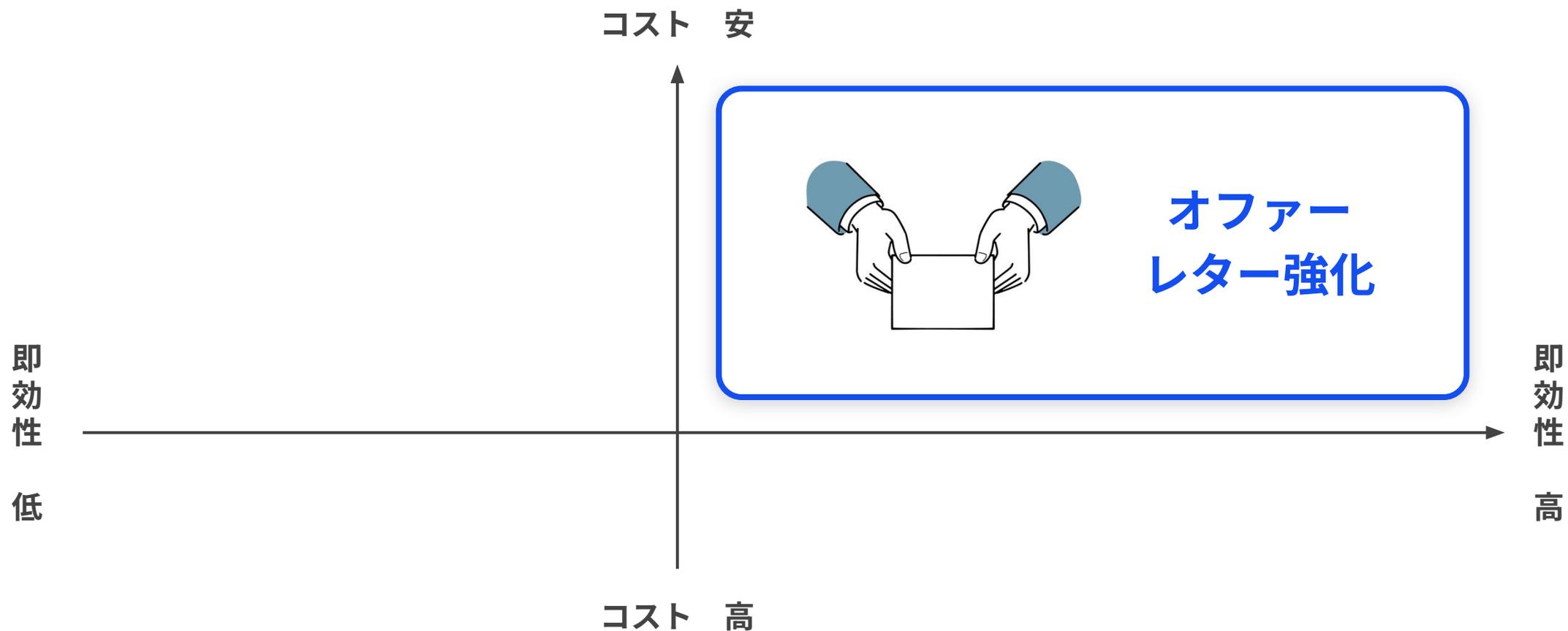


02 低い『内定承諾率』が生む問題②

採用決定率が低いまま採用人数を増やすと、1採用決定に必要な母集団の量が膨大に。
一方でハイクラス・エンジニア/デジタル人材は稀少なため、候補者の枯渇リスクが高い



『オファーレター』強化は①コストが安く、②今すぐ始められる『絶対にやるべき』施策



成果向上には、オファーレーターの中身だけでなく『前後プロセス』の強化が必須

① 事前の情報収集 & アトラクト

競合他社に勝ちきれぬオファーに必須の『後出しジャンケン』できる情報収集 & オファー前時点で『志望度1位』の確保



② オファーレーター作成

『オファー内容』だけでなく、候補者の意向度を高め・懸念を払拭できる“アトラクトコンテンツ”を記載



③ オファー面談

オファーレーターに①意思決定に必要な情報・②琴線に触れるメッセージを集約してオファー面談を高いレベルで標準化

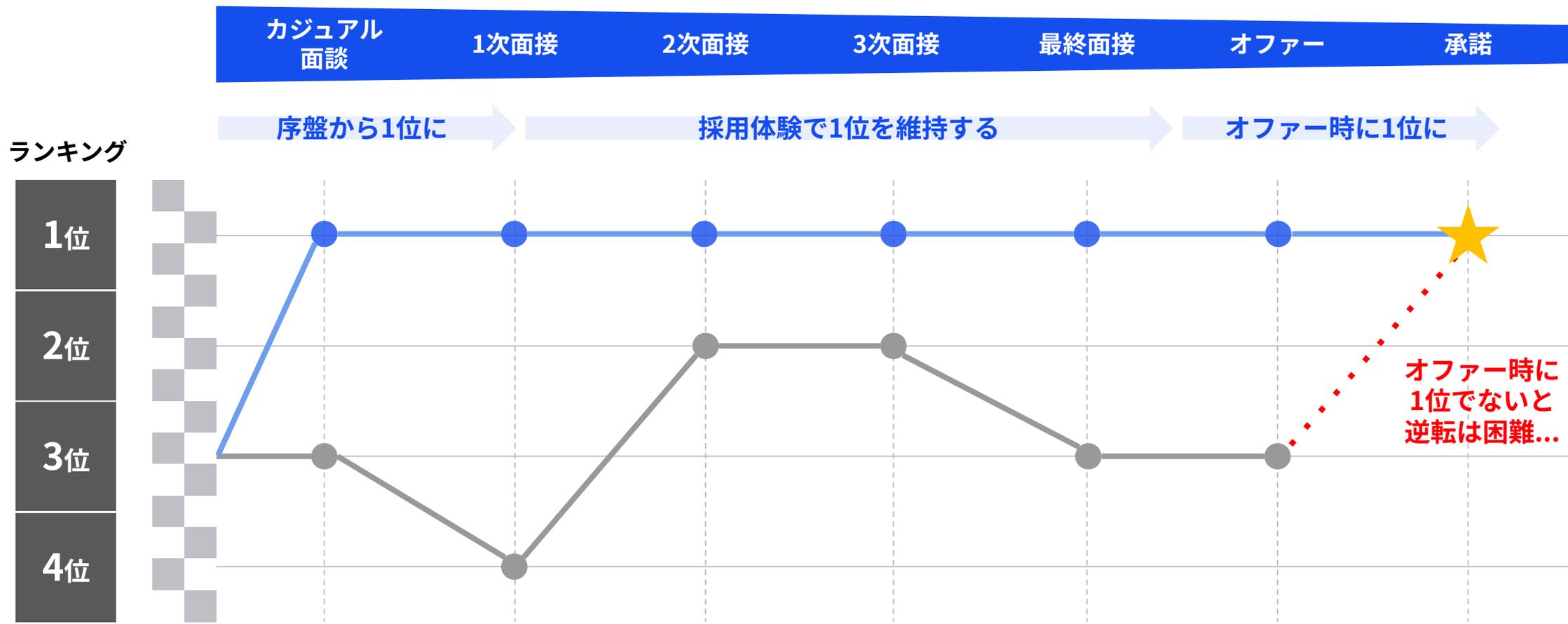


内定承諾を勝ち取れる『最適なオファー』を出すには、全ての情報をオファー直前の“最新の状態”で把握し、『後出しジャンケン』ができる状態を作るのが重要



候補者理解	<ul style="list-style-type: none">● 現職入社理由 (なぜその会社に?)・離職理由 (なぜ辞めようと思ったのか?)● 過去の転職動機・意思決定軸
ニーズ把握	<ul style="list-style-type: none">● 前提確認 (自社のどこに興味を持って今日この場に来てくれたのか?)● 今後のキャリアプラン・キャリアビジョンとその理由
魅力付けの内容抽出	<ul style="list-style-type: none">● 転職の意思決定軸● 希望職種・役職等
採用競合	<ul style="list-style-type: none">● 採用競合の存在有無・ステータス● 採用競合と比較された中での優先順位・優劣ポイント
経済条件	<ul style="list-style-type: none">● 現年収・希望年収 (ベース、ボーナス)● 年収の下限ライン
転職時期	<ul style="list-style-type: none">● 意思決定時期● 入社可能時期 (最速月～最遅月)

オファー時に志望度1位でないと簡単に逆転できない。オファー前の『アトラクト』が非常に重要



オファーレターには『オファー内容』だけでなく、
候補者の意向度を高め・懸念を払拭できるような“アトラクトコンテンツ”を含めるべき

① オファー内容



- オファーポジションの概略・具体的な業務内容・オファー条件といった、必要最低限の『**基本的な情報**』

② 候補者に提供できるもの



- オファーポジションに就くことで、**候補者が得られる『キャリアメリット』**
『**叶えられること**』に関する記載

③ 社内メンバーからのメッセージ



- 選考過程で出会った社内メンバーからの**候補者を歓迎していることを示し、入社後の不安を取り除くメッセージ**

④ 外部からのサポートメッセージ



- 社内だけでなく、株主/アドバイザー/業界の著名人/OBOGなどから集める、**自社への挑戦を薦めるメッセージ**

①意思決定をするうえで必要な情報が集約されており、②候補者の琴線に触れるメッセージが記載された『質の高いオファーレター』を準備することが、オファー面談を高いレベルで標準化

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

自社が候補者をどう評価していて、どんな部分に魅力を感じているかを丁寧に説明

自社から候補者に提供できるもの(キャリアメリット・叶えられるもの)を提示

入社後のオンボーディング→立ち上がり→活躍までのステップを詳細に説明

仲間からのメッセージ・外部から自社への推薦のコメントを紹介

職場環境・社内制度・オファー条件を提示

と考えています。

目標と役割
GOALS AND ROLES

事業目標
BUSINESS GOAL

あなたの所属と役割
POSITION

部門
プロダクト開発本部

役職
VPoE (Vice President of Engineering)

職種
ソフトウェアエンジニア

ミッション

- ・大規模サービスに耐える基盤強化
- ・開発サイクルの構築とリリースの安定化
- ・開発メンバーのマネジメント
- ・POとのコミュニケーションによる、プロダクト方向性の理解と支援

担当サービス
BtoB SaaS プロダクト

あなたへ期待していること
WHAT TO EXPECT FROM YOU

1ヶ月後

まずは開発メンバー全員との1on1を実施していただき、各自とチーム感における課題の把握と対策の話し合いをお願いします。次に、各事業部のMGRとも打ち合わせをしていただき、プロダクトの要望 (過去〜現在に至る戦略および意思決定の軌跡) を掴んでいただきながら、各部門の目標、現状、課題、取り組みをキャッチアップしていただければと思います。その上で、毎々の仰きとして、月末にプロダクトロードマップと組織図のV1を山本さんと一緒に作っていただければ幸いです。

3ヶ月後

山本さんと一緒に作っていただいた、相手のプロダクトロードマップと組織図をブラッシュアップし、そこからさらに自らのアクションを決めていってほしいです。開発メンバーとも継続的に1on1を実施していただき、現場の声を聞いていただくと、POと協力し、プロダクトを推進してまいります。また、より早くリリースできるように開発サイクルも最適化していければと考えています。

仲間からのメッセージ
MESSAGE

プロダクト開発本部/ソフトウェアエンジニア
Daichi Suzuki

山本さんと面接でお話して、これまで弊社エンジニア陣がもっていなかった技術・経験をお持ちであり、お話もとても面白くて、大変好印象でした。山本さんと一緒にプロダクトを最短・最速で進化させたいです。そして何より、一人のエンジニアとして学ばせていただきたいです。一緒にこの領域で世界をリードしたいです。

〜 経歴を見る

経歴

慶應義塾大学経済学部卒。在学中から株式会社XXXXXXでシステム開発、大手商社株式会社と利根研究で論文発表。2009年株式会社XXXXXXXに新卒入社してAndroidチームマネージャーとしてアプリ開発、GooglePlayベストオブ200X(「自営開発部門」大賞受賞。同年米国シリコンバレーでXXXX Technologies USAオフィスを立ち上げる。20XX年から中国でハードウェアを開発、テックリードとしてプロダクトをローンチ。

日本市場のみならず、北米市場向け製品に携わりグローバル開発の経験をつむ。20XX年XXXXにジョインしてから国内向けの開発を行う。

主な業績

- ・既存プロダクトの新規プロダクトの開発
- ・プロダクトを短期にリリースするための改善、運用
- ・複数プロダクト横断での共通基盤やシステム開発の実現
- ・セールsteamとカスタマーサクセスチームとの連携
- ・お客様の要望を深く理解した上で仕様を整理し、より汎用的な機能へ落とし込む
- ・カンファレンス及びイベント等への登壇・寄稿

技術スタック
TECHNOLOGY STACK

JS, TS, MongoDB, Next.js, TypeScript, Redis, GraphQL, gRPC, Mongoose, AWS, Terraform, Amazon EC2, Container Service, SaaS, Figma, Netlify

就労環境
WORKING STYLE

フレックスタイム制
フレックスタイム制 (コアタイムなし)を導入しています。

フルリモート制度
フルリモート勤務が可能であるため、全国どこに住んでいる方も働くことができます。

オンボーディング
フルリモート勤務とオリエンテーション
・チーム紹介
・各部署のリーダーとの1on1
・マネージメント層との定期MTG
・週次チームミーティング
・月次全体会議。

副業OK
本業の支障がでない範囲で副業をすることができます。

PC・ディスプレイ支給
入社時には、各自希望のスペックのPC・ディスプレイを支給します。

勉強会/研修参加
勉強会/研修参加あり

その他

入社日 **2022/06/01**

給与 **9,000,000 円 / 年**
750,000 円 / 月

入社祝い金 **1,000,000 円**
入社三ヶ月後に支給

ストックオプション **100 口**
行使条件あり。入社三ヶ月後の業績で決定予定

労働条件通知書

オファーへ返信する
AGREEMENT

全ての内容を確認した上で、オファー内容を承諾していただき。
承諾期限: 2023年3月25日

承諾する

[オファー内容を相談する](#)

13

RekMA
© RekMA, powered by HCL Inc.

ソリューション紹介

『採用成果に直結する質の高いオファーレター』を、今すぐ効率的に作成可能



成果向上には、オファーレターの中身だけでなく『前後プロセス』の強化が必須

① 事前の情報収集 & アトラクト

② オファーレター作成

③ オファー面談

競合他社に
『後出しジ
オファー前

に必要な情報・
を集約して
で標準化

オファーレター作成ハードル=業務負荷



- オファーレターの重要性は分かったが...
- 候補者一人ひとりに①選考過程での情報収集、②オファー前の自社意向度の確認、③面談/面接内容を踏まえたレターの作成、④オファー面談の標準化をやり切るのは大変...



採用成果を高める 次世代の採用イネーブルメント ソリューション

内定承諾率
100%
3ヶ月連続達成

内定承諾率
30%UP
の実現

内定承諾
45名連続
達成

選考ステップを進めている企業

選考企業

RekMA株式会社：2次面接
株式会社Haul：最終面接
株式会社WWU：カジュアル面接

担当者へのメッセージ

貴重なお時間をいただき、ありがとうございました。御社の理念や事業に対する理解が深まり、さらに入社への意欲が高まりました！

転職の意思決定軸

- ・ ミッション・ビジョン
- ・ 事業内容・プロダクト
- ・ フェーズ（事業/組織）

弊社について魅力に感じている点

- ・ 一緒に働く人（経営陣/所属チーム）
- ・ 事業領域や意義・市場の成長性

この度は面談の機会をいただきありがとうございました！

コンパウンドスタートアップとして

累計導入社数

100社
突破!!

RekMA & RekPro^{リクプロ}

NIKKEI-R

sansan

Speee

弁護士ドットコム

Timee

ABEJA

TV_{er}

UZABASE

yappli

GA TECHNOLOGIES

PLAID

CADDi

Loglass

Dinii

KAMINASHI

ユビー

bitkey

ASUENE

GENIEE

LIB CONSULTING

asoview!

スタートアップから上場企業まで、採用へ注力しているシンボリックカスタマーが多数導入





<https://youtu.be/UzqEagVgca0>

候補者の心境の変遷がわかるようになり、 面接準備の質が向上。 母集団が2倍になる中、内定承諾率80%を維持

【RekMA 活用のポイント】

- 抜け漏れのないヒアリング/申し送りをするための採用インフラとしての位置付け
- 候補者の心境の推移を元にした『入社しない理由の潰し込み』

導入前の課題

- ひとり人事から、質を維持しながら複数人事体制へ移行したい
- エージェントに依存せず、全社で自分ごと化しながらスクラム採用を実装したい
- リクルーターや面接官毎に、属人的なヒアリングやアトラクト活動になっている



導入後の効果

- 母集団は2倍になったが、**内定承諾率80%**を維持 (途中辞退率も悪化せず)
- ヒアリングなど、**1面接あたりのリクルーター業務が5~10分短縮**
- 面接官の面接準備の質も向上し、プロアクティブに「**入社しない理由の潰し込み**」ができるように
- 「**他社オファー面談を控えた状態での内定承諾**」も発生



https://youtu.be/uEBm4NN_8vk

内定承諾率が 56% → 3ヶ月連続100%に。
『エージェント頼りの採用』から
『採用担当が申し送りをする攻めの採用』へ。

【RekMA 活用のポイント】

- エージェント経由であっても、アンケートを活用し、的確で網羅的な情報を収集
- 同時にアトラクトレターも活用し、選考後の候補者の意向をしっかりと引き上げ

導入前の課題

- エージェント中心の採用で内定承諾率は56%
- 時間的制約で候補者へのヒアリングをやりきれない
- エージェントからの申し送りがないと動けない



導入後の効果

- 内定承諾率が**3ヶ月連続100%**に
- 選考中の候補者の心境の変化が可視化され、懸念が潰せるように
- 採用担当が主体的に申し送りをする**攻めの採用**に変化
- 内定者「エージェントからのヒアリングよりも詳細な情報を便利に連携できた」

Cyber Buzz

<https://youtu.be/oaSnS51AWDc?si=7jIRuOUYdkjvCjsi>

内定承諾率が30%改善。
高難易度化する採用市場において、条件面ではなく、
『カルチャーマッチでの内定承諾』の決め手に。

【RekMA 活用のポイント】

- 面談以外の時間にも自社のことを想起してもらうための接点/コンテンツを提供
- 面接官やHRの採用活動/候補者への向き合い方を強化するためのきっかけ作り

導入前の課題

- 内定承諾率が目標値に達していない
- 採用人数を増やすために、母集団よりも承諾率を引き上げたいが良い手立てが中々見つからない
- 候補者の意向を引き上げたいが、面接官含め時間と工数の制約がある中で、何度も面談を実施することは困難



導入後の効果

- **内定承諾率が30%改善**
- 条件面ではなく**カルチャーマッチでの内定承諾の決め手**に
- 評価や申し送りなどの面接記録が改善され、**面接官やHRの採用への向き合い方の強化**を実現
- 内定者「面接官や配属先メンバーからのメッセージや写真など、他社と比較しても非常に内容が濃い」「入社が楽しみになった」

セールス職を中心に『導入3ヶ月で過去最高の内定承諾率』を記録



【導入企業さま】

- 当初経営陣には費用対効果や導入効果を疑う、**導入後3ヶ月で過去最大の承諾率に**
- 導入に対し、ネガティブな意見が出ることも想定されたが、実際は**“面接官から直で候補者に繋がるツール”**でむしろみんな書きたがった

【内定者さま】

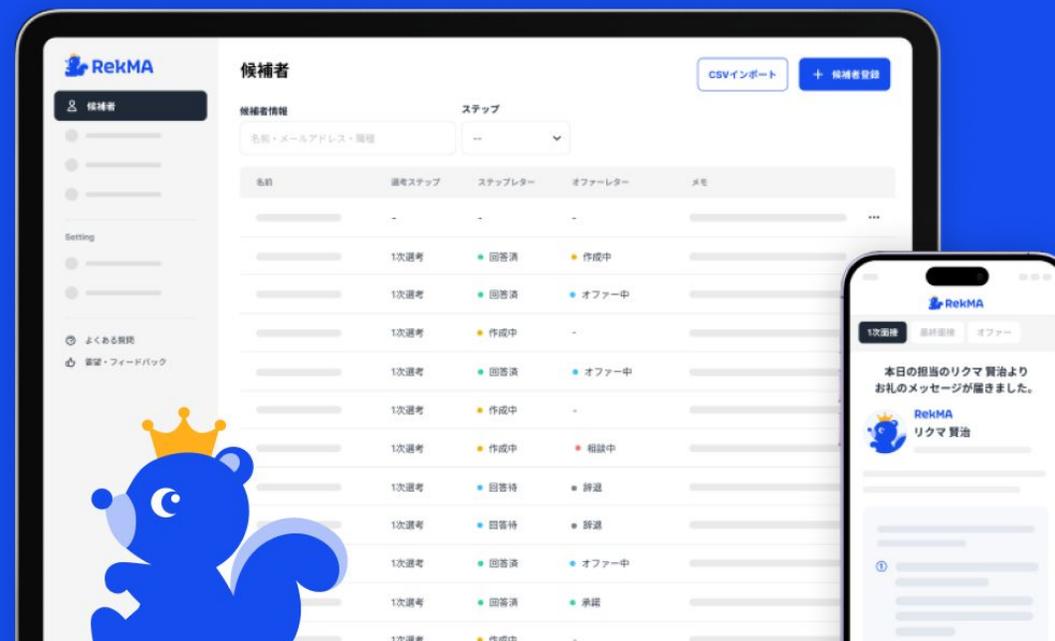
- 面接で関わった方が「あなたと働きたい理由はこう」とメッセージをくれ、**どう期待されているか分かってとてもいいなと思った**
- これを**人事・担当者・代表の全員が横串でできているのはすごい会社だ**と思った

ハイクラス・エンジニア/デジタル人材の採用にお悩みの採用ご担当者さまへ

導入に関するご相談・ご質問がある方は
以下のお問い合わせフォームよりお気軽にお問い合わせください。

無料のサービス資料や
導入事例集もご準備しています！

Webサイトを詳しく見る



Thank you :)

