

## 面接は「主観」のみに頼らない。 候補者の「経験」から入社後の 期待を"共創"する採用が、事業 成長のカギになる

株式会社MIMIGURI



### MIMIGURI

#### 株式会社 MIMIGURI

独自の理論構築と実践的検証を繰り返しながら、経営戦略に立脚した組織変革・人材戦略・事業開発等の支援を行う。「探究」を起点とした価値創出を重視し、ファシリテーションを中核とした新たな産業の創出に取り組んでいる。

#### 組織人事部 人材推進室長 竹内美由紀 様

青山学院大学／桑沢デザイン研究所卒業。デザインマネジャーとしてデザイン部門を牽引後、2021年にMIMIGURIに参画。MIMIGURI自社の組織人事と、コンサルティング事業でのクライアントへの人事制度企画・組織開発・人材開発・ナレッジマネジメント等の組織変革支援とを兼務。人や社会との関わりの中で、いかにポテンシャルが発揮され、学びが起きるか。学習が起きる環境とそのデザインを探究している。

経営コンサルティングファーム兼研究機関として、独自の組織文化を持つ株式会社MIMIGURI。同社では、候補者一人につき平均8回（選考の要素を含む場合は4～5回）にも及ぶ相互理解や期待のすり合わせを重視した採用プロセスを展開していますが、以前は候補者を多角的な視点で見立てるための事実情報の不足、相互理解を深める過程の非効率が大きな課題となっていました。

面接プラットフォーム『batonn（バトン）』の導入により、候補者の生の言葉という「ファクト」を関係者で共有。単なる議事録作成の効率化に留まらず、選考の納得感向上や、個別のニーズに合致した質の高いオファー提示、さらには「採用の学びを会社全体の資産に変える」という高度な活用へと進化を遂げています。導入の経緯とその劇的な変化について、同社の人事担当の竹内美由紀氏にお話を伺いました。

#### 導入前の課題

**面談時の対話と詳細な議事録作成の両立：**候補者との対話に集中しながら、同時に手元で具体的な経験やエピソードのログを残すことの両立が困難だった

**候補者を多角的な視点で見立てるための事実情報の不足：**面談に参加していないメンバーは面談の具体的なやり取りまでは把握できず、協議のための材料集めに伸び代があった

**相互理解を深める過程の非効率：**前回の面談内容の事実情報が不足することで、選考を通じた対話による相互理解の進め方に非効率な部分があった

#### 導入成果

##### ▶ 面談で話された「ファクト」の共有：

候補者の会話そのものが正確に記録されるようになり、採用関係者で多角的な見立てができるようになった

##### ▶ 採用関係者での納得感ある合意形成：

ステークホルダーが録画やログを確認し、多様な解釈を交えながら「この方を迎え入れる必然性」を腹落ちして判断できるようになった

##### ▶ 情報の継続性による対話の深化：

前回の対話内容を解像度高く把握できるため、同じことを尋ねる必要がなくなり、より本質的な価値観に迫る深い問いかけが可能になった

##### ▶ パーソナライズされた質の高いオファー：

候補者の発言からキャリアの望みや共感ポイントを精緻にキャッチし、その方に合わせた「MIMIGURIでなければいけない理由」を込めた魅力的な条件提示ができるようになった

## 「探究」を原動力に、新たな産業の創出に挑む

MIMIGURIは、経営コンサルティングファームであり文部科学省認定の研究機関でもある会社で、約75名のメンバーが在籍しています。実践と研究とを行き来し、再現性のある知的資産を積み上げていくプロセスに強みを持っています。

「経済活動・研究活動・教育活動、これらの弾み車によって独自の無形資産を構築しているのが、私たちのスタイルです。それらの活動の根底にある資源が『探究』です。いま私たちは、ファシリテーションという技術を産業化することに挑戦しています。新しいことに挑戦しているからこそ、まだ前例がなく未知なことを明らかにしていくことが求められます。だからこそ、一人ひとりの探究が私たちの資産循環の原動力になるんです」



## 「探究リーダーシップ」を持つ人材の発掘

その思想は、採用においても一貫しています。同社が採用において最も重視しているのは、自らの「レンズ(モノの見方)」を通じて場を創り、仲間を巻き込みながら価値を創造できる「探究リーダーシップ」を発揮できる人材です。現在在籍しているメンバーのバックグラウンドは、コンサル経験から教育、デザイン、起業まで多岐にわたります。

「コンサルティング部門を例にあげると、サービスの提供において、コンサルタントであってもファシリテーターとしての在り方が同時に求められます。そのため全く同じ経験をされてきた方というのは、市場にほとんどいらっしゃらないんですね。実際、弊社が定義するファシリテーションを実践してくださる方ってどんな方だろうって、私たち自身も完全な答えを持っているわけではなく。だからこそ、これまで何をされてきたかという経歴だけでなく、それにどういった意味付けをして、どんなモノの見方をされているのか。そういった複合的な観点で面談を実施しています」

## 面談は平均8回。情報連携の難しさ

創業時からフルリモート体制を敷く同社では、オンライン面談を中心に採用活動を行ってきました。相互理解や期待のすり合わせを丁寧に行うことが選考の特徴で、候補者一人につき内定までに平均8回(選考の要素を含む場合は4~5回)、多い時には8名以上のメンバーが面談に関わります。それを1.5~2ヶ月かけて行うこともあり、面談業務にかかる負

荷は相当なものだと言えます。当然、そのプロセスには多くの課題も生じていました。

「以前は録画もしていなかったですし、面談担当者が手元でメモを取るくらいだったんです。なので、なかなか具体的な経験やエピソードのレベルで情報を残すことが難しく、事実をベースに候補者さまを多角的な視点で見立てる、ということに対しては伸び代がありました。面談に参加していない人からすると、どうしても担当者の解釈を挟んだ情報が取得しにくかったんです」

面談に参加していないメンバーとの情報の非対称性が起きていたことが、同社にとって大きな課題でした。

## 「課題にピタッとはまった」『batonn』との出会い

そんな中で出会ったのが、『batonn』でした。そのきっかけは、SNSでの他社代表による投稿を竹内氏が偶然目にしたことです。

「本当に軽い気持ちで問い合わせたのが最初です。他社サービスとの比較検討も特になく、直感的に私たちの課題感にフィットしているなと思いました。従量課金制(記事公開時点)だったので、スモールスタートでできるのも大きかったです。既存のブラウザから利用できるのも、始めやすさにつながりました」

同社では、2024年12月頃から一部の面談で試験的に導入を開始し、徐々に全社へと活用範囲を広げていきました。基本的な運用は人事が担い、現場の面談担当者はアクセスするURLを把握するだけでスムーズに利用できる体制を構築しています。

「弊社はオンラインでの働き方に慣れていて、みんな『batonn』を普通に使いこなしていました。録画に対する候補者さまの反応も心配ではありましたが、2025年に入った頃からAIでログを取るということに社会が慣れてきたので、断られることもほとんどなくなりました。そんなこともあり、活用が順調に広まっていったという感じですね」



## 面談の「分断」を解消。回を追うごとに理解が深まっていく

『batonn』の導入は、面談の質と候補者へのアトラクトにおいて劇的な変化をもたらしました。最大の成果は、候補者の発言という「ファクト」が蓄積されるようになったことです。

「候補者さまの発言や表情も含めて面談そのものがログとして残るので、複数メンバーで同じ情報をもとに議論できるようになりました。面談の回を重ねるごとに『前回話した内容』の解像度も高まります。これにより、同じ質問を繰り返す無駄がなくなり、より本質的な価値観に迫る問いかけに時間を割けるようになりました。この過程はアトラクトにも良い影響があり、自分という人間を深く理解し、本気で向き合ってくれているという安心感や意向の向上に直結しています」



## ミッションの共創。双方の期待が明確なオファー

候補者の価値観や志向を深く理解できるようになったことで、一人ひとりに最適化されたオファー設計が可能になりました。

「候補者さまが心から望んでいるキャリアや、何に共感しているのかを解像度高くキャッチできるようになり、これに基づいて、一人ひとりと選考の中で議論し、すり合わせた「個別のミッション」を盛り込んだオファーをアレンジすることができます。熾烈な採用競争の中で、報酬だけではない、『MIMIGURIで働く意義』を明確に言語化できるようになったのは『batonn』のおかげです」

このように同社は、1度の面談が一旦リセットされ、その情報が次へのステップにつながる「リセット型」から、面談にファクトがデータとして蓄積されていく「積み上げ型」への移行を成功させました。

## 自社カルチャーにフィットした「納得感」のある採用プロセス

『batonn』の導入は、採用関係者の意思決定プロセスにも大きな変化をもたらしています。

「以前は、面談に参加していない人からすると、担当者が「良い」と言った理由がどのような会話に基づいているのか、が見えづかったです。『batonn』を導入してからは、面談に参加していないマネージャーやステークホルダーも録画やログを見れるようになり、より多角的な視点で検討できるようになりました。担当者の主観も重要視しつつ客観的な情報をもとに議論することで、『この方を迎え入れることが、自社にとっ

て必然である』と、組織全体が腹落ちした状態で意思決定ができています。この『納得感』のある採用プロセスそのものが、弊社のカルチャーとも非常にフィットしていると思います。

## 採用活動における学びを会社全体資産に

MIMIGURIにとって採用は、単なる人材獲得ではありません。ファシリテーションという技術を産業化するための活動でもあります。産業づくりには、顧客にとっての付加価値をつくり、事業モデルを構築した上で、担い手の獲得・育成をするという要素が必要です。採用活動を通じて、ファシリテーションの担い手に出会いつつ、育成する過程で得られる知見を蓄積していくことを目指しています。

『batonn』の導入成果は、『採用数が劇的に増えた』『面談が効率的になった』という話ではないんです。どちらかという、『採用の学びが積み上がっている』ことの方が大きいですね。面談データが蓄積されることで、振り返りや改善が可能になる。それにより組織としての見立て精度が向上する。私たちが正解を持っていない採用活動の中で、実験と試行錯誤を繰り返すためのなくてはならないツールといえます」

MIMIGURIは今後、『batonn』に蓄積されたデータをさらに解析し、自社とのマッチング精度の向上や、入社後の活躍支援に活用していきたいと考えています。

「私たちの採用活動は、自社の産業づくりに資する活動とし、顧客価値に還元しています。さらに、採用を通じて候補者さまのこれまでの経験がファシリテーションの産業化に活かせる可能性を議論することで、豊かなキャリアの選択肢をご提案できると考えています。『batonn』から得られるファクトと学びを、これらの実現のためにこれからも活用していきたいと考えています」

## batonnについて

『batonn (バトン)』は、企業の採用力を向上させる面接特化型プラットフォームです。面接の自動文字起こしやAI要約機能を活用し、候補者の発言をファクトとして蓄積することで、面接の属人化を防ぐ「積み上げ型面接」を実現します。見極めの効率化と担当者間の連携を支援することで、企業が候補者へのアトラクトに注力できる環境を整えます。企業と候補者が互いに魅力を伝え合い、フェアで納得感のある採用体験の実現を目指しています。

詳しくは > <https://batonn.io/>

## 株式会社リブセンスについて

株式会社リブセンスは、「あたりまえを、発明しよう。」をコーポレートビジョンに掲げ、『マッハバイト』『転職会議』『転職ドラフト』『batonn (バトン)』『IESHIL (イエシル)』などのサービスを展開しています。新しい“あたりまえ”の発明を通じて、より多くのお客様に、そして広く社会に必要なとされる企業を目指しています。

詳しくは > <https://www.livesense.co.jp/>