

カルチャーフィットは「印象」のみで判断しない。「事実」を積み上げ採りこぼしを防ぎ、候補者の心もつかむ選考体験づくり

株式会社NAVICUS



NAVICUS

株式会社 NAVICUS

SNS 戦略設計を軸に企業様や地方自治体様のコミュニケーション支援を行う「ファンづくり」の会社。メーカー・小売・ゲームなどのコンシューマービジネス領域、そして大企業特有の承認プロセス・社内調整・運用体制にも対応し、目的やフェーズに合わせた最適な設計と運用を実現している。

経営管理 Division

森戸理緒 様

成城大学卒業後、医療事務として1年勤務。その後インターネット広告を扱うベンチャーへ飛び込み、営業事務を軸として人事総務などコーポレート部門の業務を幅広く経験。

株式会社 NAVICUS への転職後は、ミッションである「明日が楽しみになる居場所をつくる」を共に実現してくれる人材発掘に日々奮闘している。

SNSマーケティングと地域プロモーションを軸に事業を展開する株式会社NAVICUS。同社では、フルリモート環境のもと全国から人材を採用する一方で、面接評価のばらつきや情報の分断といった課題を抱えていました。

面接プラットフォーム『batonn (バトン)』の導入により、候補者の発言や表情といった「ファクト (事実)」を組織全体で共有。選考の精度向上だけでなく、面接担当者どうしの連携強化や、採用を組織全体で担う体制へと進化しています。『batonn』導入の背景と変化について、同社で中途採用領域を担当する森戸理緒 氏にお話を伺いました。

導入前の課題

面接中のメモ負担と事実の記録の難しさ: 面接中に話しながらメモを取ることが難しく、どうしても面接担当者それぞれの解釈が混じってしまうことに難しさを感じていた

候補者の可能性の引き出し: 有望な方を最大限採用したい中、面接中の印象で判断してしまっていないか? という疑問があった

採用難易度の高さ: 限られた母集団の中で、適切に見極め・アトラクトするための手段を模索していた

導入成果

▶ 面接中の実際の会話の共有:

自動の録画・文字起こしにより、面接中は会話に集中しつつ、候補者の発言をそのまま共有可能になった

▶ 有望な人材の採用を創出:

面接で聞いた事実をもとに、選考に関わるメンバーで可能性を議論することで、採用につながった

▶ 候補者に合ったオファー。選考体験の向上:

キャリア志向や価値観を踏まえたアサイン・オファー検討が可能になった。理解を深めるプロセス自体が候補者の心をつかむ体験に変わった

伴走型のSNSマーケティングで 「心が届くコミュニケーション」を目指す

株式会社NAVICUSは、『世界「心が届ける」会社になる』というビジョンのもと、SNSマーケティングと地域プロモーションを軸に事業を展開しています。同社は単なる運用代行に留まらず、クライアントに徹底的に寄り添うホスピタリティを強みとしており、ナショナルクライアントを含む多くの大手・有名企業から厚い信頼を寄せられています。

創業時からのフルリモート・フルフレックスという柔軟な就業環境を活かし、北は東北から南は九州まで、全国から優秀なメンバーが集まっている点も大きな特長です。地域格差や労働格差へのアプローチとして、地域に関係なく東京水準の条件で働ける環境を整えることで、各地に優秀なマーケターを輩出することを目指しています。



スキル以上に大切な「カルチャーフィット」

採用において、何よりも重視しているのは「ミッション・ビジョンへの共感」、すなわちカルチャーフィットです。森戸氏は、自社の採用基準について次のように話します。

「当社は他社さんと比べても、カルチャーフィットを非常に重要視しています。エンドユーザーに寄り添う考え方に共感していただけるか、当社の行動指針に沿った行動ができるかというポテンシャルを選考では厳しく見えています。当社は、行動指針を軸としたカルチャーこそが価値提供の源泉だと考えています。そのため、スキルやご経歴以上に、この価値観とのフィットを大切にしています。そのうえで、価値観や考え方に共感し、同じ方向を向いて走っていただける方であれば、未経験からでもチャレンジできる環境があります」

「印象」での判断を問題視。100人に1人の逸材の 魅力をどう引き出すか

同社の採用は通年で実施しており、活発な時期には月30名以上の面接を行います。その中で、コミュニティマネージャー（SNSマーケター）という職種は母数が少なく、100人の応募に対して内定が1人出るかどうかの非常に狭き門です。その少ない母数から、いかにグリップして内定承諾を確実に得るかが大きな課題でした。

「これまで1次、2次面接は一般的なオンライン会議ツールを使って面接

を行い、記録は手書きのメモを取っていました。しかし、メモはどうしても面接担当者の主観が中心になります。一言一句を書き留めることはできませんし、要約する過程で、その人なりの解釈が混ざってしまうんです。本来なら通すべき素晴らしい方を、面接担当者の『印象』で見落としちゃってないかという懸念がありました」

さらに、複数の面接担当者による情報の引き継ぎにも課題がありました。「これまではSlackを使い、『こういう所感で、ここがGood、ここがMoreだと思いました』とテキストで長文を打って申し送りをしていました。しかし、この作業は評価をまとめるハードルが高く、後回しになってしまうこともありました。」

「前の面接で聞ききれなかったことを、次の面接で補完する必要があるのですが、『ここをもう少し聞いてほしかった』『ここをもっと深掘りしてほしかった』といった面接担当者どうしでのズレが生じて、結果として、候補者さまの魅力を引き出しきれないケースもあったように感じます」

録画見返し・役員同席を超える『batonn』の可能性

面接の質を上げるため、当初は「録画してすべて見返す」あるいは「役員が面接に同席する」といった案も挙がりました。しかし、録画を見返すにしても相当な時間がかかり、月に15件の面接に同席するとなると、それだけで15時間も拘束されてしまいます。そんな中、森戸氏は以前セミナーで目にした『batonn』のことを思い出しました。

「今まで面接担当者の印象や解釈だったものが、ファクト（事実）として残る。そこが一番興味を覚えたところでした。誰がどんな質問をしたかに依存せず、同じ粒度で情報が溜まっていく。しかも、ただデータが溜まっていくだけでなく、要点が整理された形で残るので、あとから見返すときにも時間がかからない。これなら同席の手間をかせずに、面接の質を劇的に上げられると感じました」



ファクトベースで見立て、採りこぼしを防ぐ。

選考リードタイムも圧縮

『batonn』導入後、同社ではすべての1次・2次のオンライン面接で活用しています。従来からの評価シートをそのまま『batonn』のフォーマットに載せ替え、面接終了後すぐに自動生成される文字起こしや要約をもとに、スピーディーな引き継ぎを行っています。

「『batonn』を導入してから、面接担当者がメモを取るという作業から解放され、候補者さまとの対話に100%集中できるようになりました。これは人柄やカルチャーフィットを見極める上で非常に大きな変化です。また、『この部分は少し懸念だけど、ポテンシャルはありそう』と迷った時、以前なら見送っていたかもしれないケースでも、録画という事実を共有することで全員で多角的な判断ができるようになりました。実際に、ファクトベースで面接内容を確認することで、現場がポテンシャルを見出して通過になるケースも起きています」

この「情報の解像度」の変化は、選考スピードの向上にも寄与しています。AIによる要約機能や自動申し送り機能により、評価とその根拠となるファクトをセットでまとめるハードルが下がり、判断スピードが上がることで、面接当日に結果を通知できることも増えたといえます。



候補者理解を深めるプロセスが、マーケターの心を動かすアトラクトにつながる

面接の回を追うごとに候補者の理解を深めていくプロセス自体が、採用したいマーケターの入社意欲を高めることにもつながっているといえます。

「当社が大切にしている『候補者さまもエンドユーザーの一人である』というEnd User First(エンドユーザーファースト)の考えのもと、選考を通じて候補者理解を深めていく進め方は強力なアトラクトにもつながっています。特に同業他社やマーケティング業界で経験を積んでこられた方に強く響くポイントになっています」

「自分はユーザーに良いものを届けたい」という志を持つ候補者さまほど、NAVICUSの提供する選考体験に深く共感し、実際の面接の中でも「結局ユーザーへの価値提供が一番大切ですね」と意気投合することが多いといえます。

候補者体験を含めて自社が貫くカルチャーを伝えることが、結果として同じ視点を持つ優秀なマーケターを惹きつける最大の武器となっているのです。

「記録」から「財産」へ。面接データの全社活用を目指す

『batonn』の導入は、同社の組織全体にも変化をもたらしました。

「録画、文字起こし、要約など、ひとつの面接に対する情報量が圧倒的に増えて、それをそのまま共有して社内で使っていくことができるようになりました。それにより、これまで人事が頑張り、現場が頑張るという『点』の活動だった採用が、『batonn』というデータを通じてひとつの『線』としてつながった感覚があります。まさに『全社でのスクラム採用』に近づいていると感じています」

同社は、『batonn』に蓄積されるデータは単なる記録ではなく、将来の組織づくりに向けた「財産」になると捉えています。

「今後は蓄積されたデータを分析し、どんな方がマッチして活躍しているのかという傾向をより精緻に追っていきたいと考えています。それと、録画データから『その人が何をやりたいのか、どんなキャリアを描いているのか』が見て取れるので、その方の志向性に合った案件へのアサインに役立てるなど、入社後の活躍支援にも繋げていきたいと思っています」

採用をひとつのパーティーとして

今回の取り組みを通じてNAVICUSが実現したのは、単なる面接効率の向上ではありません。面接の記録を「個人のメモ」から「組織の資産」へと変え、採用そのものを“個人戦”から“チーム戦”へと進化させたことにあります。

ファクトが残ることで、評価の納得感を高めつつ、候補者への理解が深まること自体がアトラクトにもつながる。そしてその積み重ねが、NAVICUSのカルチャーフィットを見極める精度を高め、より良い採用へとつながっています。

「私たちはクライアントやパートナー企業を「ひとつのパーティ(仲間)」として大切にしています。batonnもまさに、より良い採用というゴールに向かって一緒にタッグを組んでくれる、パーティになくてはならない一員だと思っています」

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/>