



## リファラル採用の強い味方 「個と組織の意志をつなぐ パートナー」企業

2014年設立、リファラル採用コンサルティングおよび支援ツール「Refcome」を提供する株式会社ウィルオブ・パートナー。2024年、株式会社ウィルオブ・ワークの一員となり、ミッションを「個と組織の意志をつなぐパートナー」に一新。リファラル採用を入り口に、従業員エンゲージメントの向上など、「社員が誇りを持ち、友人に紹介したくなる会社づくり」を支援している。トップの清水巧さんにお話をうかがった。

文／石田 ゆう子 写真／田口 哲也

**編集部** まずは起業に至るまでのご経歴から聞かせてください。

**清水** もともと大学3年までは箱根駅伝を目指す陸上競技の選手だったのですが、けがをして駅伝を続けられなくなってしまったんです。そのとき、経営学部だったこともあって、経営は面白い、と気付くことがあり、そこから自分でも経営をしたいと考えるようになりました。

学生中に起業するのか、ベンチャーに就職して修行するのか。悩みながら就活する中で出合ったのが、名刺管理クラウドサービスのSansan株式会社でした。同社は名刺という、うまく活用できていないものをデータ化することで、人の出会いを資産に変えていこうとしていました。また、事業を介して世の中を変えようとしていたところに非常に感銘を受けて入社しました。そして、寺田親弘社長の経営スタイルを見ているうちに、早く自分でも起業したいと思うようになり、創業に至りました。

**編集部** 当時、働きながら週末は起業イベントに参加しておられたとか。

**清水** はい。そのイベント内で仲間集めをする際、目立つために「退職して起業します！」と宣言したものがテレビで流れてしまった。これはもうやらないといけない、となったわけです。最初の事業は、これから起業する人の仲間集めサービスでした。「自分の思いを掲げると仲間が集まる」とのコンセプトは、今の事業にも通じるものだったと思います。

ただ、ユーザーは3万人集まったものの、これから起業しようとする会社には採用予算がない。マネタイズがうまくいかず、事業をピボットせざるを

得ませんでした。

いったん実家に戻り、資金をためてから次の事業を起こそうと模索しているときに行ったのが3万人のユーザーとベンチャー企業とをマッチングする採用イベントです。このイベントに著名ベンチャー企業が参加していたのですが、30～40人規模ながら人事だけでなく社員10～20人で来て、いい人がいたら口説いて連れて帰るということをやっていました。それを見て、これを仕組み化して、採用につなげていく事業があってもいいんじゃないか、と思いました。

リファラルは大手でもベンチャーでも長く続けられる採用手法です。米国でリファラルリクルーティングが浸透しているように、日本でもリファラルを広めたい。そうした思いで、リファラル採用を活性化すプラットフォーム「Refcome(リフカム)」を立ち上げました。

### リファラル採用で 採用コスト削減や 定着率UPを実現

**編集部** あらためてリファラル採用のメリットについて教えてください。

**清水** 主に3つあります。1つは採用コストが抑えられること。2つ目は比較的、人を集めやすいこと。3つ目は離職率が低いことです。

リファラルは、社員が会社の良いところも悪いところも赤裸々に伝えてくれる。社員というフィルターを通して、見ず知らずの人がゼロベースで入ってくるよりも、スキルセットやカルチャーの部分でミスマッチが起きにくい。入る方からしても、等身大

の自分を知ってもらっている、肩肘張らずに入りやすかった、という話をよく聞かれます。

**編集部** 御社ではそのリファラル採用に特化した専用ツールを開発・提供しているだけでなく、企業ごとのデータ分析や制度設計支援のサービスもされているのですか？

**清水** はい。リファラル採用では現状分析がとても重要です。今、従業員エンゲージメントはどういう状況なのか、採用したい人材とのつながりが多いか、採用したい社員は誰なのか。そういった現状分析をした上で成果シミュレーションを出して、施策立案をし、実行支援まで行います。料金プランも成果報酬型と固定費型をご用意しています。

また、リファラル採用は始める前の準備が大切なんです。トップが「知合いを連れてきて」と社員に促して、すぐ紹介してもらえるものでもないですし、強要できるものでもない。いかに紹介しやすくするかがポイントです。それに、せっかく友人を紹介したのに、いきなり面接されて落選となったら気まずいじゃないですか。もちろん、リファラルだからといって100%受かるものではないという期待値コントロールも必要ですが、流れとして、まずは候補者に「来てくれてありがとう」。そこから会社紹介をして候補者

のやりたいことを聞く。双方、合いそうであればカジュアルな面談に進む。さらに候補者に意向があれば選考に進む。そうした制度設計から実装まで、当社ではお手伝いしています。

**編集部** 2018年にはForbesが選ぶ「アジアを代表する30歳未満の30人」に選出され、現在、取引先は850社。市場が伸びている実感はありますか？

**清水** 事業を始めた当時、リファラル採用を実施している企業は2割くらいでしたが直近では8割とかなり増えています。マーケットとしては大手企業への広がりを非常に感じます。

たとえば、三菱電機ビルソリューションズ株式会社の場合、10か月で80人強の採用ができ、1000万円単位での採用コスト減につながりました。この先の定着率を考えれば、通常20%ほどが離職されるといわれますが、リファラルはその半分くらい。採用コストはより圧縮される可能性があります。

### リファラルで進む いい会社づくり エンゲージメントも向上

**編集部** リファラル採用を始めるにあたって注意することはなんでしょう。

**清水** 社員への説明会やカジュアル面談など、自分たちでやらなくてはいい

リファラル採用を成功させる“パートナー”

**Refcome**

リファラル採用の立ち上げ支援RPOサービス

導入企業 850社  
リファラル採用企業 20%達成



Refcomeは人事・社員・友人の連携を強化するクラウドツールの提供から、社内広報記事の作成まで、さまざまな面でリファラル採用を支援する

ない工数があることです。だからこそ、現状把握と施策立案くらいまでは第三者から提案を受けた方がいいように感じます。その上で、自分たちでできる工数は自社でやるなど、状況に合わせて選択していただければと思います。

**編集部** 御社のミッション「個と組織の意志をつなぐパートナー」についても聞かせてください。

**清水** 以前はリファラル採用のみに言及したミッションだったのですが、リファラルに取り組むと採用以外にもいいことが出てくるんですよ。

その一つが、従業員エンゲージメントの向上です。そもそも友人に勧めるのですから、いい会社じゃないとリファラルは起きません。エンゲージメントが高い結果としてリファラルがある。リファラルを増やそうとなれば、いい会社づくりをしていこうとなる。つまり、組織課題の解決につながる。そうした効果がある中で、当社のミッションも採用だけでなく、働く個人と会社両方がハッピーな状態を目指す会社になっていこうと考えたわけです。

**編集部** 一方、リファラル採用は、社員全員が社外広報担当になるような面があります。そこに対する勉強会のようなものは必要でしょうか。

**清水** あらためて自社の魅力を理解してもらうために、わかりやすい会社紹介資料を作って社員向けに説明される企業は多いですね。その際に「取引先からの引き抜きはNGです」など、リファラルの条件もきちんと伝えておくことで、社員に広報ないし人事として動いてもらえるようになります。

当社でも資料作成のサポートをしています。たとえば、リファラルで入った人と呼んだ人の対談を企画し、どん

な魅力を伝え、どこに魅力を感じて入ったのか、といった話を引き出して資料にする。自社制作だとよく見せようとなりがちなところを客観的な立場から作らせていただいています。

そうした資料を読んだ社員のエンゲージメントが上がることも多いんですよ。新卒で入られた方など、他社と比較したことがないので魅力を再認識できる。リファラル採用をきっかけに、会社の魅力を見える化できるのもいいところですよ。

### アルムナイ採用や 社内異動の仕組みも サポートする企業へ

**編集部** 今後の事業展開としては？

**清水** すでに取り組んでいるのはアルムナイ採用サービスの提供です。ほかには、エンゲージメントを計測して改善につなげていくコンサルや、社内異動がリファラルのシステムの中でできるような機能を提供しています。

一方でリファラル採用を丸ごとお任せいただけるよう、RPOに深く入り込んでいくような動きも考えています。



**編集部** 最後にバックオフィスで働く人たちにメッセージをお願いします。

**清水** バックオフィスというとちょっと裏方っぽく見えるようですが、実際にはフロントががんばっていくために、フロント以上に重要なのがバックオフィスです。本来、人事総務には、社員がよりイキイキと、楽しく働いていくための仕事がしたいと思っている人が多いですよ。ただ日々の業務に忙殺されてなかなか取り組めない。リファラル採用にしても工数やリスクを考えてなかなか始められない。そこは力になりますので、ぜひご相談ください。

とはいえ成功事例がないと取り組みにくいと思いますから、がんばって事例を増やしていきます。私たちはリファラルがうまくいく会社には、いい会社が多いと思っています。🌀

### 清水 巧（しみず たくみ）

1991年石川県金沢市生まれ。2013年3月明治大学卒業。同年4月Sansan株式会社入社。2014年1月株式会社Combinator（旧社名）設立。代表取締役就任（現任）。2016年7月リファラル採用プラットフォーム「Refcome」正式リリース。2024年10月株式会社ウィルオブ・ワークにグループイン。2025年4月株式会社ウィルオブ・パートナーに社名変更。