Wantedly

会社の情報発信を強化したい方必見

ストーリーの上手な活用術

カスタマーサクセス チーム

© 2026 Wantedly, Inc.

登壇者紹介



ウォンテッドリー株式会社
Customer Success

武田 そら

入社後は、インサイド・フィールドセールスを経験。現在はカスタマーサクセスとして、スタートアップから大手まで幅広い企業の採用/広報に伴走。

#関西出身 #ヨガ #たまに読書

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

視聴にあたっての注意事項

- ご質問がある場合はＱ＆Ａ欄にお願いいたします
- セミナー終了後も質問時間を設けます
- セミナー終了時にアンケートをお願いしておりますので、ご回答のほどお願いいたします

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

本日のアジェンダ

01 「採用広報」とは？

02 **Wantedly**のストーリーについて

03 ストーリーの目的

04 ストーリー作成の手順

05 質疑応答

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

本日のアジェンダ

01 「採用広報」とは？

02 Wantedlyのストーリーについて

03 ストーリーの目的

04 ストーリー作成の手順

05 質疑応答

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

「採用広報」とは？

企業が求める人材を採用するために、

自社の魅力や文化を発信する広報活動

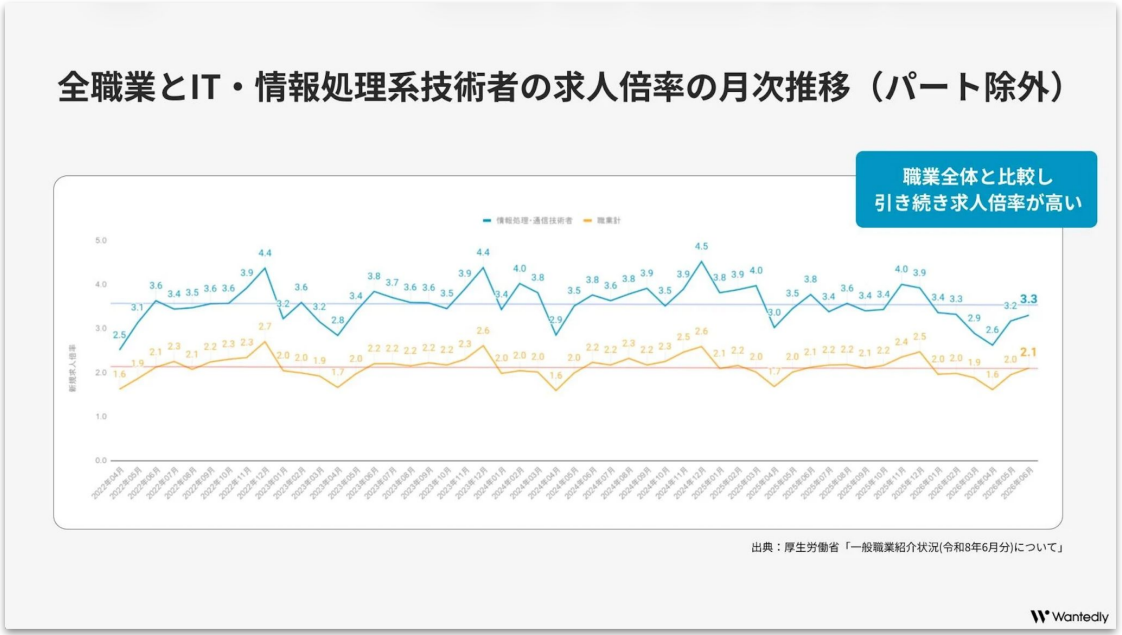
採用活動：今すぐ人を採用する



採用広報：将来も見据えた候補者との関係づくり

© 2026 Wantedly, Inc.

なぜ「採用広報」が必要か？　①構造的な人手不足

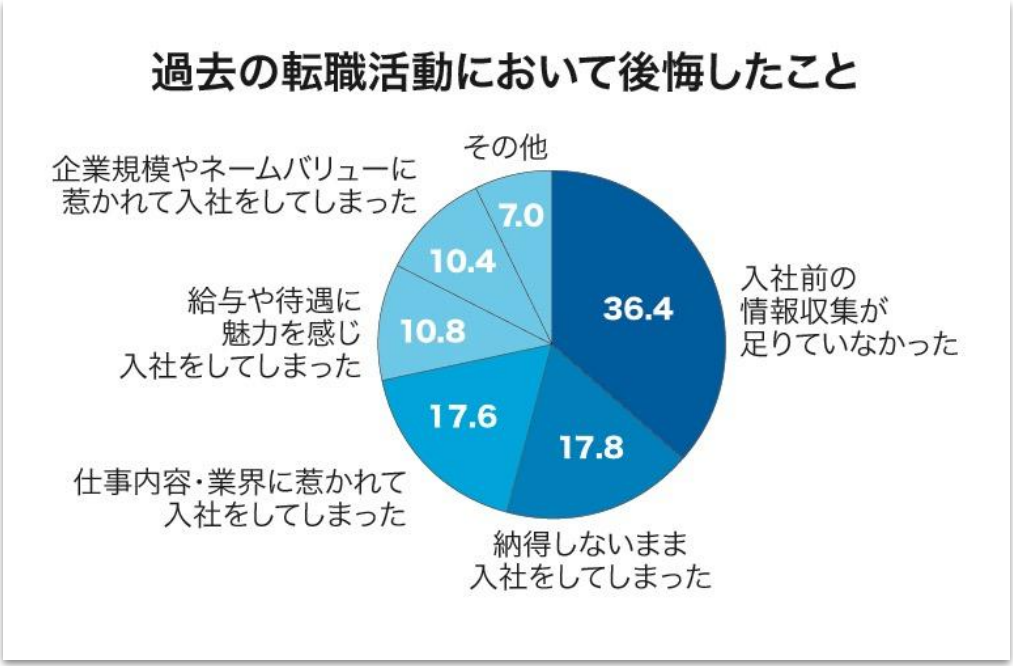


2026年6月の転職求人倍率は
2.55倍と、前月差＋0.11ポイント
で上昇。
求人数は前年同月比＋16.6%と
大きく増加しています。

出典：厚生労働省「一般職業紹介状況（令和　8年6月分）について」
出典：パーソルキャリア「 doda転職求人倍率 2026年6月・2026年第1四半期レポート」

© 2026 Wantedly, Inc.

なぜ「採用広報」が必要か？　②ミスマッチ・早期離職のコスト

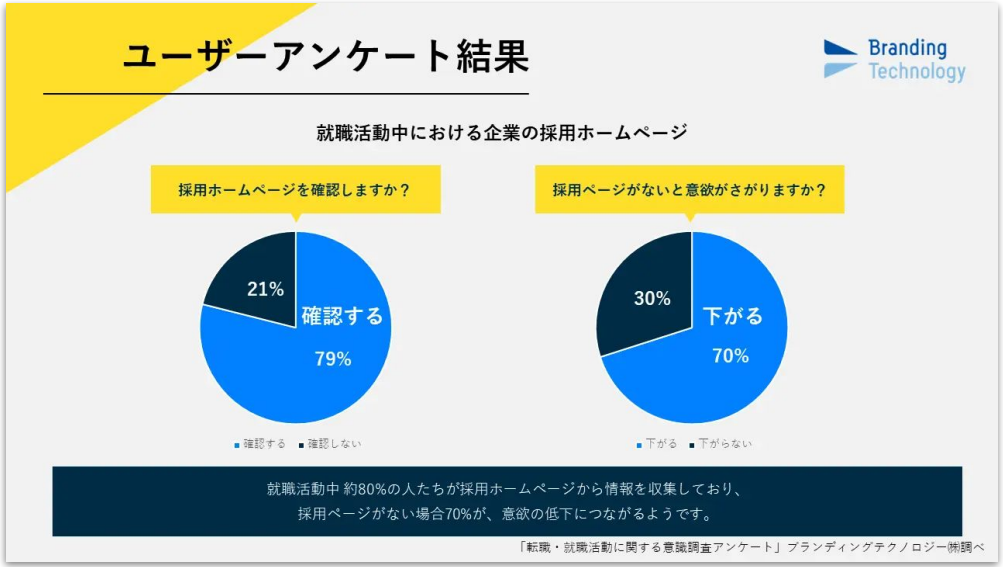


過去の転職活動において後悔したことは「入社前の情報収集が足りていなかった」（**36.4%**）が最多。
情報の収集不足が入社後のギャップにつながっています。

※出典：株式会社プレシャスパートナーズ「 転職活動に関する調査 」

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

なぜ「採用広報」が必要か？　③求職者の情報収集行動の変化



求職者はエントリー前と面接前に採用 HPを確認。
70%が「採用HP情報がないとエントリーをする意欲が低下する」と回答。

※出典：ブランディングテクノロジー株式会社「転職・就職活動に関する意識調査アンケート」

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

「採用広報」の結果どうなる？

〇〇さんの記事を読んで
一緒に働きたいと思いました！

カルチャーミスマッチなく採用ができ、早くも
成果を上げてくれています！

**面接前に記事を読んで、
モチベーションが上がりました！**

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

本日のアジェンダ

01 「採用広報」とは？

02 **Wantedlyのストーリーについて**

03 ストーリーの目的

04 ストーリー作成の手順

05 質疑応答

© 2026 Wantedly, Inc.

Wantedlyの機能



会社ページ

経営理念や価値観を
記載できるページ



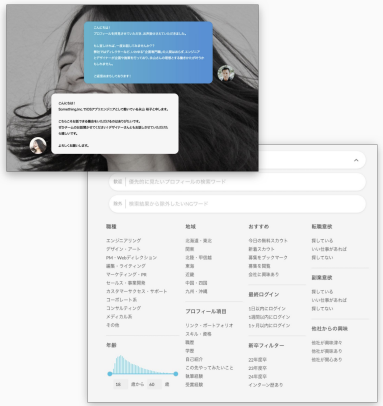
ストーリー

会社の「素顔」が
発信できるブログ機能



募集

会社の魅力が伝わる
募集機能



ダイレクトスカウト

自社の魅力を直接伝える
スカウト機能

© 2026 Wantedly, Inc.

募集では伝えきれない会社の情報や魅力を発信する

＝いわゆる ブログ機能

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

ストーリーとは

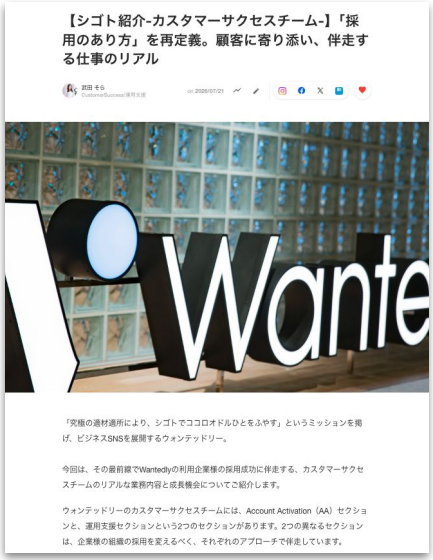
会社や組織の魅力を発信

内容例

- 社員インタビュー
- 部署紹介
- 創業ストーリー
- サービス / プロダクト紹介
- プレスリリース
- 社内イベント紹介





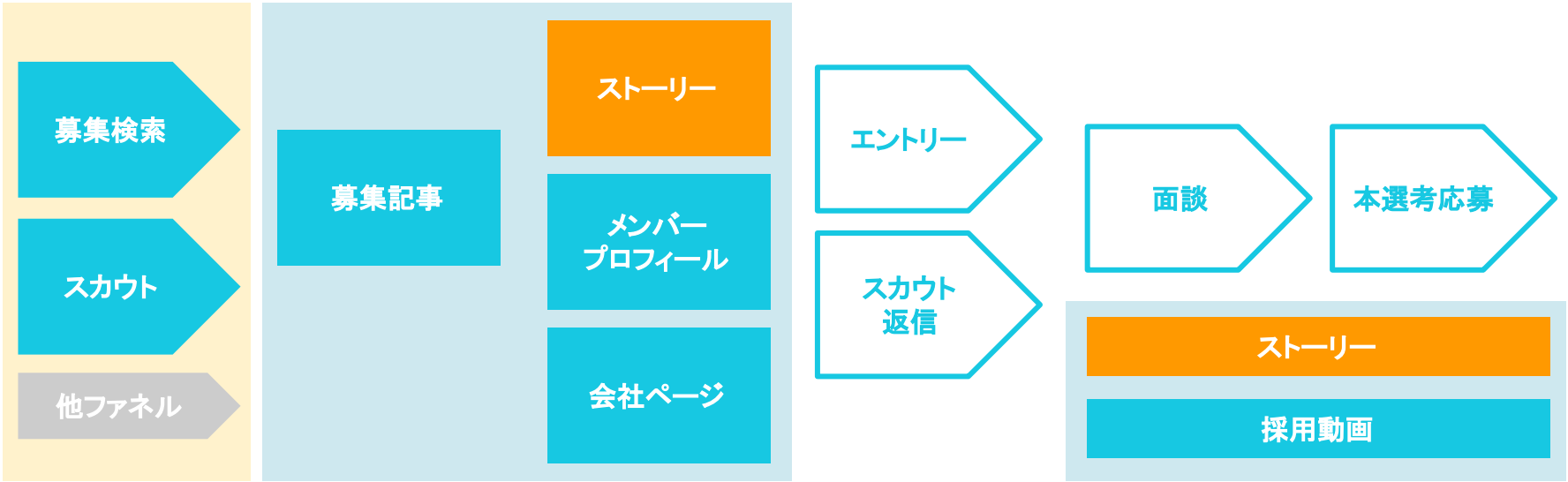




© 2026 Wantedly, Inc.

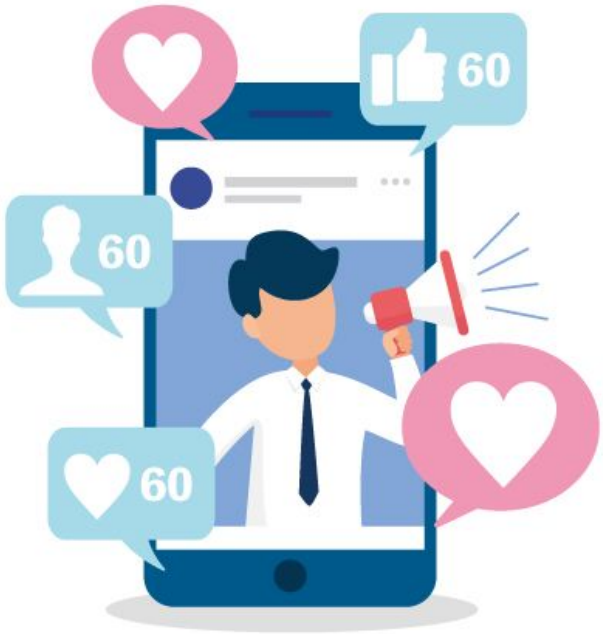
求職者のWantedly内における行動

ユーザーは本選考に応募するまでの間に、Wantedly内のコンテンツを回遊します。
コンテンツが充実していることで、貴社がタッチしていない間にも選考意向の醸成が可能です。(＝応募率の向上に寄与)



Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

ストーリー活用のメリット



・募集への応募を
後押しすることができる

・会社やメンバーのファンを
増やすことできる

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

書くテーマの自由度が高い

⇒なにを、どのような目的で発信すればいいのか迷いがち 💭

© 2026 Wantedly, Inc.

ストーリーでよくあるお悩み

💬 どのくらい更新するもの？

💬 どんなテーマで書くのがいいの？

💬 PV数が伸びないけどどうすればいいの？

© 2026 Wantedly, Inc.

ストーリーの作成や更新が辛くなって

やらなくなってしまうことも …

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

まずはストーリーの

目的を整理しましょう！

© 2026 Wantedly, Inc.

本日のアジェンダ

01 「採用広報」とは？

02 Wantedlyのストーリーについて

03 ストーリーの目的

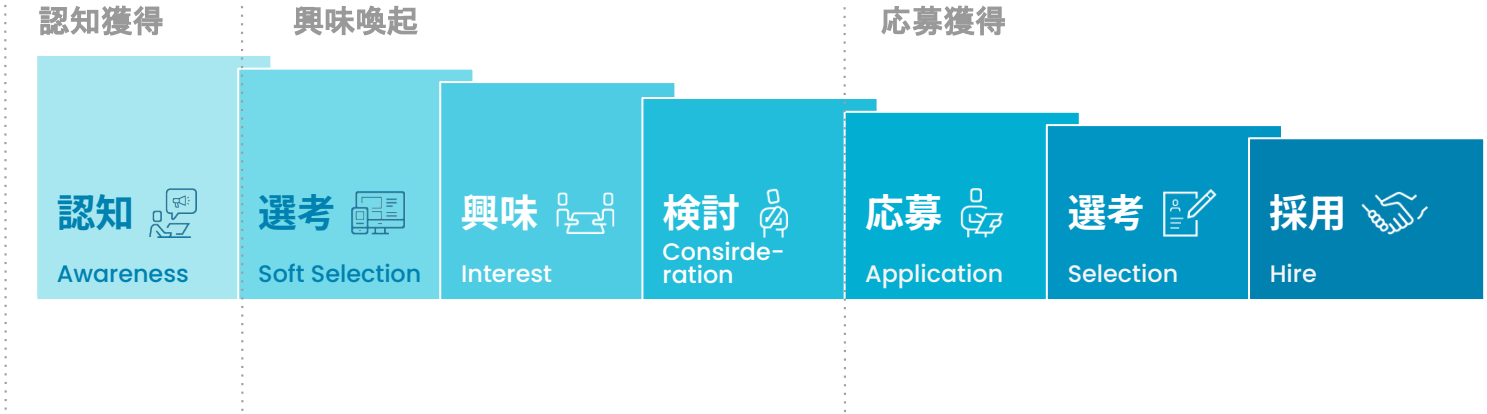
04 ストーリー作成の手順

05 質疑応答

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

候補者がストーリーに触れるタイミング

採用までのプロセス



全てのタイミングで企業の情報収集を行う

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

誰に・いつ・どんな目的で

ストーリーを読んで欲しいかによって、

テーマや内容は変わります。

読了後どのように感じて欲しいかを考えましょう！

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

本日のアジェンダ

01 「採用広報」とは？

02 Wantedlyのストーリーについて

03 ストーリーの目的

04 ストーリー作成の手順

05 質疑応答

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

大きく4つの要素に分けて作っていきます。

1. **対象選定**
   - だれに、いつ見て欲しいか、読了後にどのようになって欲しいかを決める
2. **テーマ決め**
   - 候補者の知りたいことと、企業の訴求軸を念頭にテーマや形式を決める
3. **作成・公開**
   - 実際にストーリーを作成し、公開や拡散を行う
4. **効果検証・振り返り**
   - 「読了後にどのようになって欲しいか」に基づいて結果を振り返る

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

イメージを掴みやすくするため、事例を基に解説します。



- 作成背景：入社してからのリアルな成長ストーリーを伝えたい
- 登場人物：20代で転職し、現在はリーダーとして活躍している社員
- 対象：20代後半～30歳前後で、安定した環境にいるが、ベンチャーに挑戦してみたい気持ちと「自分に通用するか」という不安の間で悩んでいる方。
- いつ読んで欲しい：ベンチャーへの転職に興味はあるが、まだ一歩踏み出せていないとき。

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

対象を深掘ると...

基本情報	年齢	居住地	性別	現職	業界	職種	サービス
	25歳～35歳	関東 （どこでも可）	どちらでも		人材、IT業界	セールス （新規、既存）	・人材紹介 ・求人広告

詳細	候補者が知りたいこと
	・ベンチャーに転職して、自分は通用するのか？ ・入社して最初にぶつかる壁と、その乗り越え方を知りたい。 ・入社後、どんな風にキャリアが広がっていくのか（新しい部署への異動やリーダー経験など）の例を知りたい。

読了後	読了後の感想	読了後の行動
	・ベンチャーに転職するのアリかも。 ・決められた仕事だけでなく、色々なことに挑戦できる環境なんだな。 ・**Wantedly**って他のHRサービスと違って面白そう。	・受け取ったスカウトに返信する。 ・募集からカジュアル面談に申し込む。 ・面談前に読んでおくことで、不安が減り前向きな気持ちで面談に参加できる。

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

いつ読んで欲しいか、は採用ファネルに基づき考える

認知獲得
会社の存在を認識し興味を持つまで

興味喚起
初期接触から、共感を醸成し、見極めを行い、入社意欲の高まるタイミングまで

応募獲得
選考希望者に対しての選考から内定まで

内定〜定着
内定から入社、定着まで





Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

大きく4つの要素に分けて作っていきます。

1. **対象選定**
   - だれに、いつ見て欲しいか、読了後にどのようになって欲しいかを決める
2. **テーマ決め**
   - 候補者の知りたいことと、企業の訴求軸を念頭にテーマや形式を決める
3. **作成・公開**
   - 実際にストーリーを作成し、公開や拡散を行う
4. **効果検証・振り返り**
   - 「読了後にどのようになって欲しいか」に基づいて結果を振り返る

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

候補者が知りたいこと

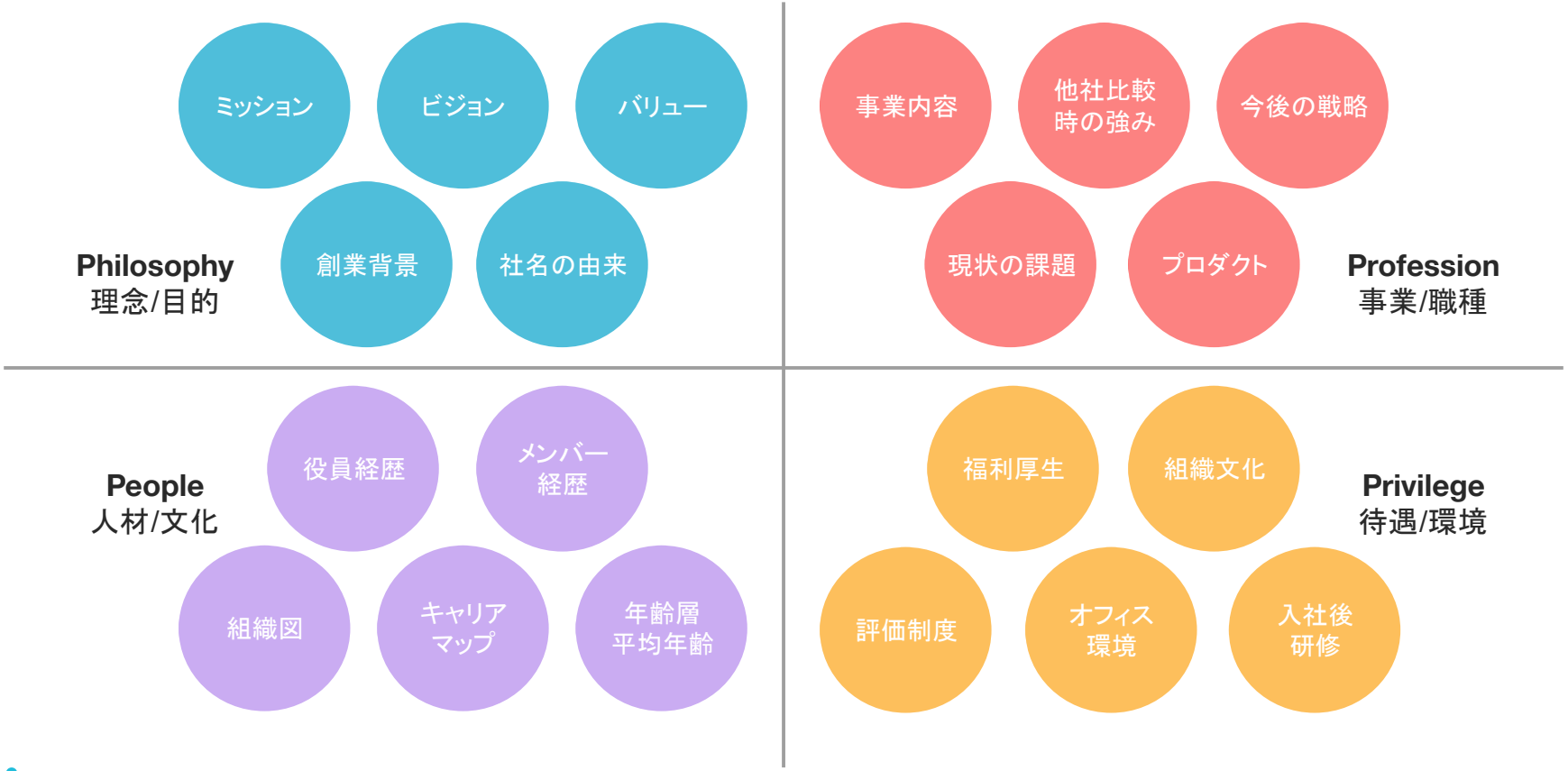
×

企業が訴求できる（したい）こと

読了後に想定した行動を取ってもらうことにつながる

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

テーマの整理は4Pでまとめる（候補者が知りたいこと）



Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

今回のテーマは以下



・ベンチャーへ挑戦したい20代～30代前半の方が対象

・新規事業立ち上げの苦労から、マネジメントへと成長していくリアルな姿が訴求点

・読了後にこの環境で挑戦したいと感じる状態を目指す

・よってメンバー経歴とキャリアマップをテーマに選定

People
人材/文化

役員経歴
メンバー経歴
組織図
キャリアマップ
年齢層 平均年齢

Privilege
待遇/環境

福利厚生
組織文化
評価制度
オフィス環境
入社後研修

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

一つのストーリーに詰め込みすぎない

Philosophy
理念/目的



Profession
事業/職種



People
人材/文化



Privilege
待遇/環境



Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

ポイント

1. 対象者にいつ読んでもらい、読了後に想定される感想を考える
2. その上でどのような行動をして欲しいか決める
3. そのためにはどのテーマが有用か訴求点や目的を基に選択していく

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

大きく4つの要素に分けて作っていきます。

1. **対象選定**
   - だれに、いつ見て欲しいか、読了後にどのようになって欲しいかを決める
2. **テーマ決め**
   - 候補者の知りたいことと、企業の訴求軸を念頭にテーマや形式を決める
3. **作成・公開**
   - 実際にストーリーを作成し、公開や拡散を行う
4. **効果検証・振り返り**
   - 「読了後にどのようになって欲しいか」に基づいて結果を振り返る

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

実際に書いてみる✏️



泥臭くもがいた20代を経て。ウォンテッドリーで広げた「事業を動かす」キャリア｜ビジネス部門・リーダーインタビュー

武田 そら, Tsumori Nats...
CustomerSuccess(退任済...
on 2026/06/03

今回は、カスタマーサクセスやセールス、そして新規事業の立ち上げから既存事業の組織マネジメントまで、幅広く事業を牽引してきたビジネス部門のSenior Squad Leader津森菜都美さんにお話を伺いました。

「シゴトでココロオドルひとをふやす」というウォンテッドリーのミッションに共感し、圧倒的な当事者意識で事業に向き合い続ける津森さん。

大手企業からベンチャーへ飛び込み、職種やフェーズの枠を超えて活躍の場を広げてきた決断の裏側に、どのような壁と気づきがあったのでしょうか。

20代のキャリアの壁にぶつかっている方や、経験の幅を広げたいと考える方に、ぜひ読んでいただきたいです。



「自律・共感・挑戦」が自然と根付くカルチャー

――新規事業という「Visit Tribeの外」の景色を見てから戻ってこられたことで、今のチームの強みはどんなところにあると感じますか？

津森：Engagement Tribeもそうでしたが、改めて参画して思ったのは、**みんな本当に一人ひとりが自分の役割や課題に対して真摯に向き合い、頑張っているな**ということです。

それぞれがお客様の採用成功のために試行錯誤している。ただ、だからこそ点になりがちなので、私としては各チームの「連動性」や「一貫性」をもっと強めていきたいと考えています。

――「連動性」や「一貫性」とは、具体的にどのようなことでしょうか？

津森：例えば、運用支援チームは継続率を追いますが、アカウントセールスチームはオプション提案による採用成果の最大化を追います。それぞれの目標に引っ張られすぎると、お客様から見た「ウォンテッドリーとしての本質的な価値体験」がブレてしまうことがあるんです。

だからこそ、チーム間の垣根を越えて「お客様の採用力という資産を築くために、今私たちが提供すべき価値は何なのか」という共通目的に立ち返るようにしています。仮に解約になったとしても、しっかり情報を連携して次につなげる。そういう全体最適の視点を持つ文化を育てていきたいですね。

――職種の枠を超えて柔軟にキャリアを築けるのは、ウォンテッドリーならではの魅力だと感じます。カルチャーとして影響している部分はありますか？

津森：ウォンテッドリーのバリューである「自律・共感・挑戦」が、言葉だけでなく組織文化として自然と根付いていることが大きいと思います。

誰かに指示されるのを待つのではなく、ミッション達成のために自分で考えて動く。だからこそ、「この目的のために、前提条件を変えてもいいですか？」という提案が歓迎されるんです。**目的を達成するためなら、役割の枠を超えてチャレンジは大歓迎。**そういう心理的安全性があるからこそ、みんなが当事者意識を持って事業に関われるのだと思います。

- タイトルは「事実＋惹きつけ」にして内容が気になるようにつける
- 最初の10文字にこだわることがポイント
- カバー写真は文面と関連するものにする（インタビュイーの写真）
- レイアウトを意識する
  - 2.5スクロール以内に見出しand/or 画像
  - 一段落は5行程度とする

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

実際に書いてみる✏️



- ストーリーから募集ページの導線を設定することで候補者の情報収集をスムーズにできます
- トピックをつけることで興味を持ちそうな方に表示されやすくなります
- 登場人物を設定することで表示させたい方のプロフィールを表示できます

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

大きく4つの要素に分けて作っていきます。

1. **対象選定**
   - だれに、いつ見て欲しいか、読了後にどのようになって欲しいかを決める
2. **テーマ決め**
   - 候補者の知りたいことと、企業の訴求軸を念頭にテーマや形式を決める
3. **作成・公開**
   - 実際にストーリーを作成し、公開や拡散を行う
4. **効果検証・振り返り**
   - 「読了後にどのようになって欲しいか」に基づいて結果を振り返る

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

いつ読んで欲しいか、は採用ファネルに基づき考える

認知獲得
会社の存在を認識し興味を持つまで

興味喚起
初期接触から、共感を醸成し、見極めを行い、入社意欲の高まるタイミングまで

応募獲得
選考希望者に対しての選考から内定まで

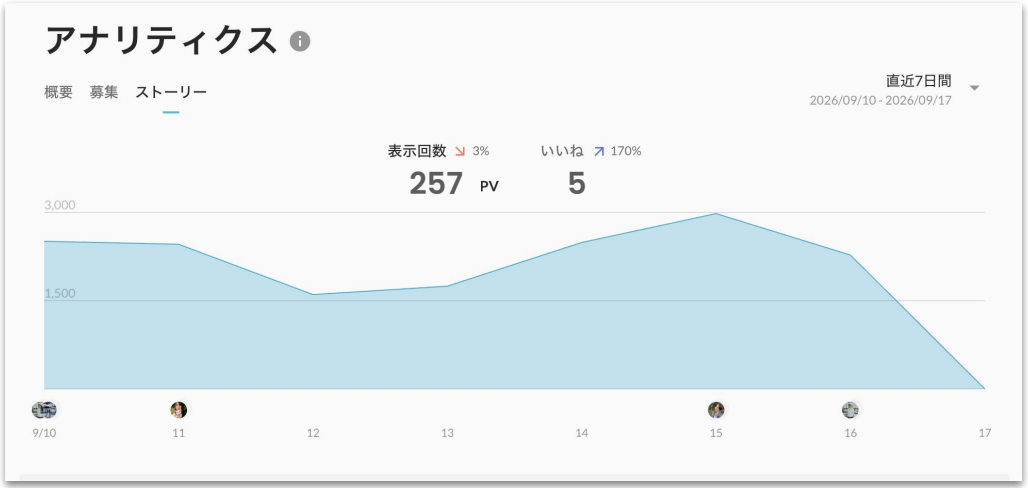
内定〜定着
内定から入社、定着まで





Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

アナリティクスや定性意見で結果を振り返る！

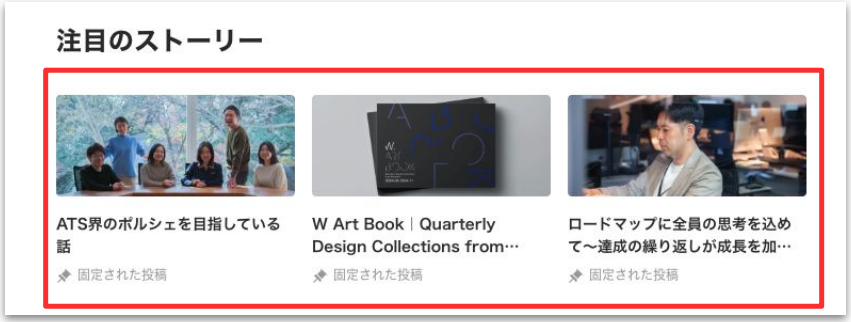


- アナリティクスで日毎の閲覧数や候補者の方の活動を確認することができます
- ストーリーを閲覧してどれほど応募に至ったか、フォローされたか、などを確認可能です
- ターゲット年齢層や職種の方から見られたか確認できます
- 定性的な声は個別に確認しましょう！

© 2026 Wantedly, Inc.

知っておくと便利なこと

注目のストーリーの設定



絶対読んでほしいストーリーの紐づけがお勧め

- 会社ページのストーリーの「注目のストーリー」について
- 会社ページのストーリーの「注目のストーリー」を変更したい

スペースの作成



ターゲットが知りたい情報がする探せるよう
ストーリーをジャンル別に整理する

- ストーリーの「スペース」について
- スペースを作成したい
- スペースを編集したい

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

ポイント

1. タイトルは「事実＋惹きつけ」、写真はテーマに関連するもの
2. 文面で大切なのはまずレイアウト（見た目）
3. 候補者の知りたいことと読了後の行動に沿って中身は作り込む
4. 候補者がストレスなく情報収集できる導線を整える
5. 振り返りは読了後にとって欲しい行動に基づき実施する

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

本日のアジェンダ

01 「採用広報」とは？

02 Wantedlyのストーリーについて

03 ストーリーの目的

04 ストーリー作成の手順

05 質疑応答

© 2026 Wantedly, Inc.

よくいただくご質問

採用広報はやりたいけど、記事を書く時間がない場合はどうしたらいいですか？

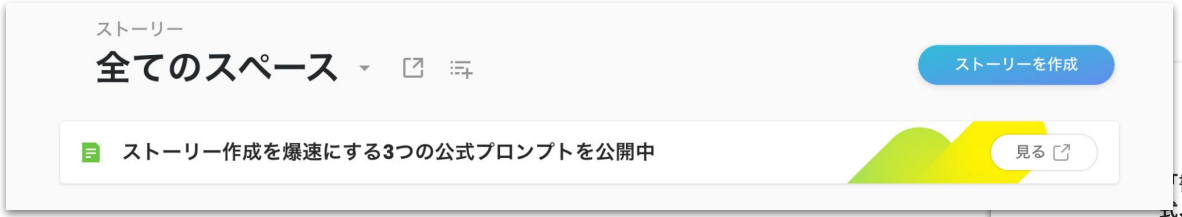
© 2026 Wantedly, Inc.

よくいただくご質問

AIを上手に活用しましょう！

管理画面からストーリー作成画面にプロンプト公開中です。

テーマ出し～質問作成～記事化を対応しています。





© 2026 Wantedly, Inc.

よくいただくご質問

ストーリーはいくつあれば良いですか？

© 2026 Wantedly, Inc.

よくいただくご質問

まずは3本程度作成いただくことをおすすめします。

会社ページや募集では、「注目のストーリー」として3本分が掲載されます。

選択をしなければ最新順で表示されます。





Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

よくいただくご質問

更新頻度、1記事あたりの文字数など、
効果的な発信をするにあたっての目安になるものを
教えて欲しいです。

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

よくいただくご質問

- 月に1本は公開することがおすすめ
- 文章量は1記事につき多くて4,000文字程度
- それ以上の場合はシリーズなどにする方が良いです
- PV数は募集公開数、ストーリーの拡散有無などにより異なります

候補者にどうなって欲しいかを考えるのが大事です！

Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

よくいただくご質問

見ていく指標としておすすめのものはありますか？

© 2026 Wantedly, Inc.

よくいただくご質問

特に発信数と定性的な意見がおすすめです。

1. **ストーリーの発信数**
2. 閲覧数
3. 応募数
4. 会社ページの表示回数
5. 募集の表示回数
6. 会社をフォローした人数
7. **定性的な意見（候補者、社員、その他）**

▼「アナリティクス」では以下の項目の取得が可能です。



Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

よくいただくご質問

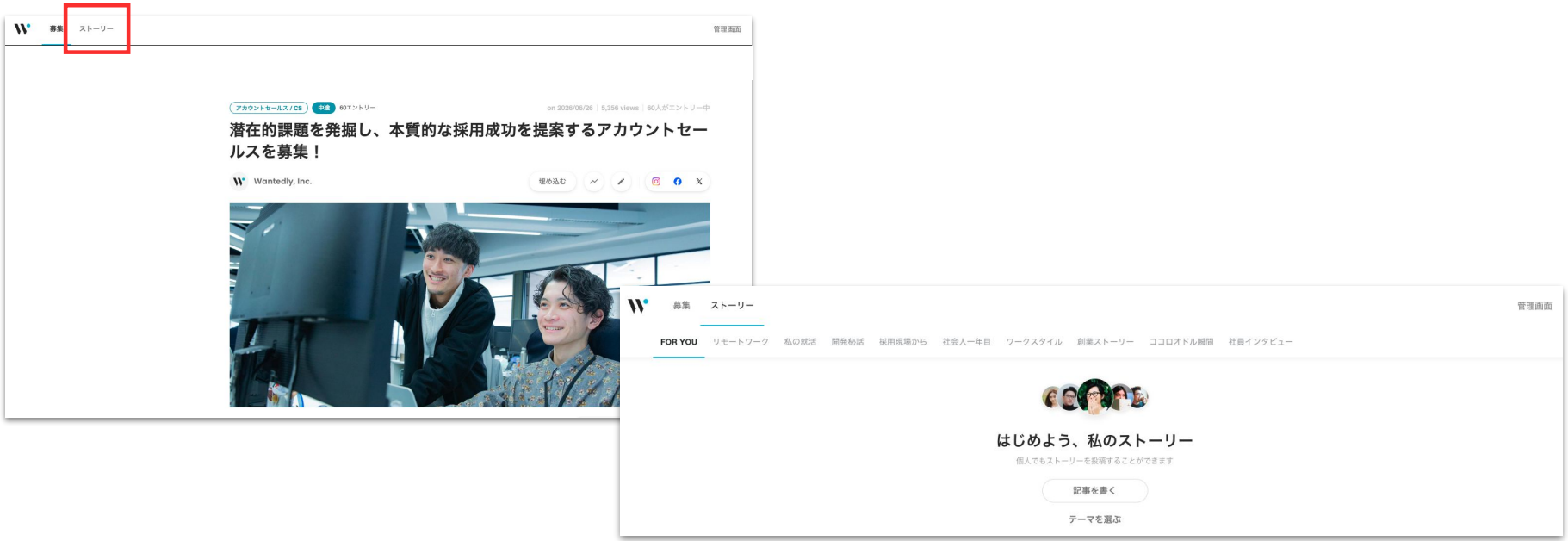
他社の事例を見たいです！

© 2026 Wantedly, Inc.

よくいただくご質問

ユーザーページ左上の「ストーリー」より、

他社が作成している募集を閲覧することができます。



Wantedly © 2026 Wantedly, Inc.

まとめ

- 対象が読了後にどうなって欲しいか、でテーマや見ていく指標を決める
- タイトルは「事実＋惹きつけ」、写真は関連するもの、文面はレイアウトが大事
- 候補者の知りたいことと想定される読了後の行動に沿って中身を作り込んでいく
- 振り返りは読了後にとって欲しい行動に基づき実施する
- **発信はコツコツと楽しんでやりましょう！**

© 2026 Wantedly, Inc.

お知らせ

© 2026 Wantedly, Inc.

お問い合わせ窓口

- ヘルプページ
- チャットサポート（管理画面内右下の「吹き出し」アイコン）
- メール：cx@wantedly.com

次回セミナーについて

- 募集作成セミナー
- 募集運用セミナー(本日)
- カジュアル面談セミナー
- スカウト活用セミナー
- 採用広報セミナー
    - 上記のご予約はこちら

© 2026 Wantedly, Inc.

ご参加ありがとうございました。
アンケートへのご協力をお願いいたします。

© 2026 Wantedly, Inc.