

理系採用を成功に導く

「選考移行率」「内定承諾率」 を高めるポイント

目次

1. はじめに：今回のテーマについて
2. 直近、26卒を乗り切るためのポイントとは？
3. 27卒以降も見据えた、根本的な打ち手とは？

1

はじめに：今回のテーマについて

| 今回のようなテーマあるある



学生を手厚くフォローすることが大事です。
個別面談が効果的です。

理系学生は、研究との親和性を重視するので、
理系特化の情報提供が必要です。

■ こういった一般論は、内定承諾に向けた効果的/具体的な施策を打っていく上ではあまり意味がないので、ここでは取り上げません…！

※もちろん前提として、学生の動向や志向性を深く理解するのは非常に大切です！



学生を手厚くサポートすることが大切です。
個別の効果が期待できません。

理系学生は、既知の親和性を重視するので、
理系特化型施策は必要です。

採用チームの抱える課題



本選考までの間、
どうやってインターン参加学生を
フォローしよう…

とりあえず座談会を
実施してみたはいいものの、
効果につながってるかは不明…
もっといい方法ないかな



今回のゴール



歩留まりの数字をあげたいが
何をすれば効果的か
あまりイメージが湧かない…



歩留まりの数字を上げるために
「まずここからやろう」
がわかるようになる

本編に入る前に…

とある企業の24卒の夏IS（2週間、対面）経由での採用数値

	マイページ 登録	(A) →	夏IS参加	(B) →	ES提出	(C) →	内定	(D) →	内定承諾
24卒実績	400	20%	80	25%	20	75%	15	53%	8

Q1.どのフェーズの課題が一番大きいと思いますか？

A. 母集団形成
(夏IS参加前)

B. 選考への繋ぎこみ
(ES提出前)

C. 選考フェーズ
(内定前)

D. クロージング
(内定以降)

■ 本編に入る前に…

正解は…

本編に入る前に…

とある企業の24卒の夏IS（2週間、対面）経由での採用数値

	マイページ 登録	(A) →	夏IS参加	(B) →	ES提出	(C) →	内定	(D) →	内定承諾
24卒実績	400	20%	80	25%	20	75%	15	53%	8

Q1.どのフェーズの課題が一番大きいと思いますか？

A. 母集団形成
(夏IS参加前)

B. 選考への繋ぎこみ
(ES提出前)

C. 選考フェーズ
(内定前)

D. クロージング
(内定以降)

インターンに参加してくれたうちの4人に一人しか応募してくれていない

Q2.ES提出数を増やすために、どんなアプローチが有効だと思いますか？（複数回答可）

A.マイページの
発信を増やす

B.座談会を増やす

C.個別にリクルー
ターをつける

D. ES提出を免除する

E.リマインドの電話
をかける

F.ES提出期日を
伸ばす

G.インターンの内容
を見直す

H.その他

正解は…

Q2.ES提出数を増やすために、どんなアプローチが有効だと思いますか？（複数回答可）

A.マイページの
発信を増やす

B.座談会を増やす

C.個別にリクレー
ターをつける

D. ES提出を免除する

E.リマインドの電話
をかける

F.ES提出期日を
伸ばす

G.インターンの内容
を見直す

H.その他

どの施策が効果があるかはこの情報だけではわからない
（これ以外にもっといい方法があるかもしれない）

最近、インフルエンザが流行りつつありますね

- 歩留まりを上げる打ち手を考える場面で悩むことが多い
 - **課題特定が明確でないまま、いきなり打ち手のことを考えてしまっているから**

例えると…

NG例



体調が悪いです

あーこの時期だからきっとインフルでしょう
タミフルとリレンザ処方しておきますね



こんなお医者さんの言うこと、信じられますか？

でも、100%インフルとは限りません

- 歩留まりを上げる打ち手を考える場面で悩むことが多い
 - **課題特定が明確でないまま、いきなり打ち手のことを考えてしまっているから**

例えると…

OK例



体調が悪いんです

お腹が痛くて…

牡蠣を20個食べました…

どんな症状がありますか？

昨日何か変なものを食べたり、
体を冷やしたりしませんでしたか？

それが原因の可能性が高いですね
点滴打つのと、抗生物質を出しておきますね



採用の現場でも、きちんと「問診」することが大事

施策の案はたくさんあっても、会社ごとに正解は異なる

過去のデータや学生の声から
自社の課題を把握



エントリーしなかった
のはなぜかな？

きちんと効果の出る打ち手を打てる



再現性のある成功パターンが見つかる



■ すぐにはできると、根本対策を分けて考えましょう

【前半】直近、26卒を乗り切るためのポイントとは？/施策事例

【フェーズ①】
インターンシップ～
選考エントリー

【フェーズ②】
面接～内定出し

【フェーズ③】
クロージング～
内定承諾

【後半】27卒以降も見据えた、根本的な対策とは？/施策事例

改善に繋げるために重要な5つのエッセンスの解説

2

26卒を乗り切るためのポイントとは？

【フェーズ①】 インターンシップ～選考エントリー

【前半】 直近、26卒を乗り切るためのポイントとは？/施策事例

【フェーズ①】
インターンシップ～
選考エントリー

【フェーズ②】
面接～内定出し

【フェーズ③】
クロージング～
内定承諾

【後半】 27卒以降も見据えた、根本的な対策とは？/施策事例

改善に繋げるために重要な5つのエッセンスの解説

このフェーズの採用チームの悩み



夏インターンには来てくれたけど
本選考のエントリーに
繋がっていない…

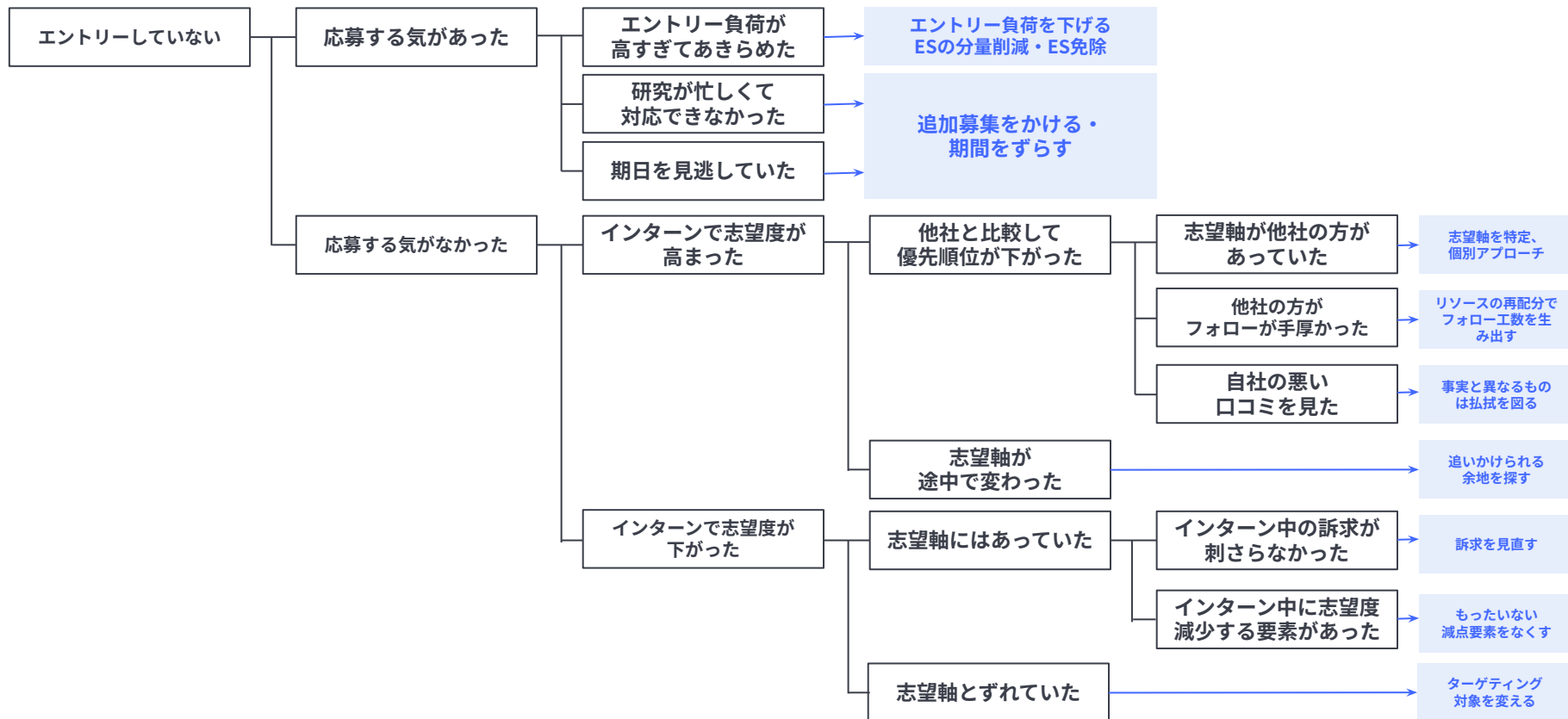
よくあるアプローチ

- 発信を増やそう
 - マイページの発信を増やそう
 - X(Twitter)の発信を増やそう
- 受け皿を追加
 - 会社説明会の追加
 - 座談会の追加
 - 工場見学の追加
- エントリーハードルを下げよう
 - 選考免除

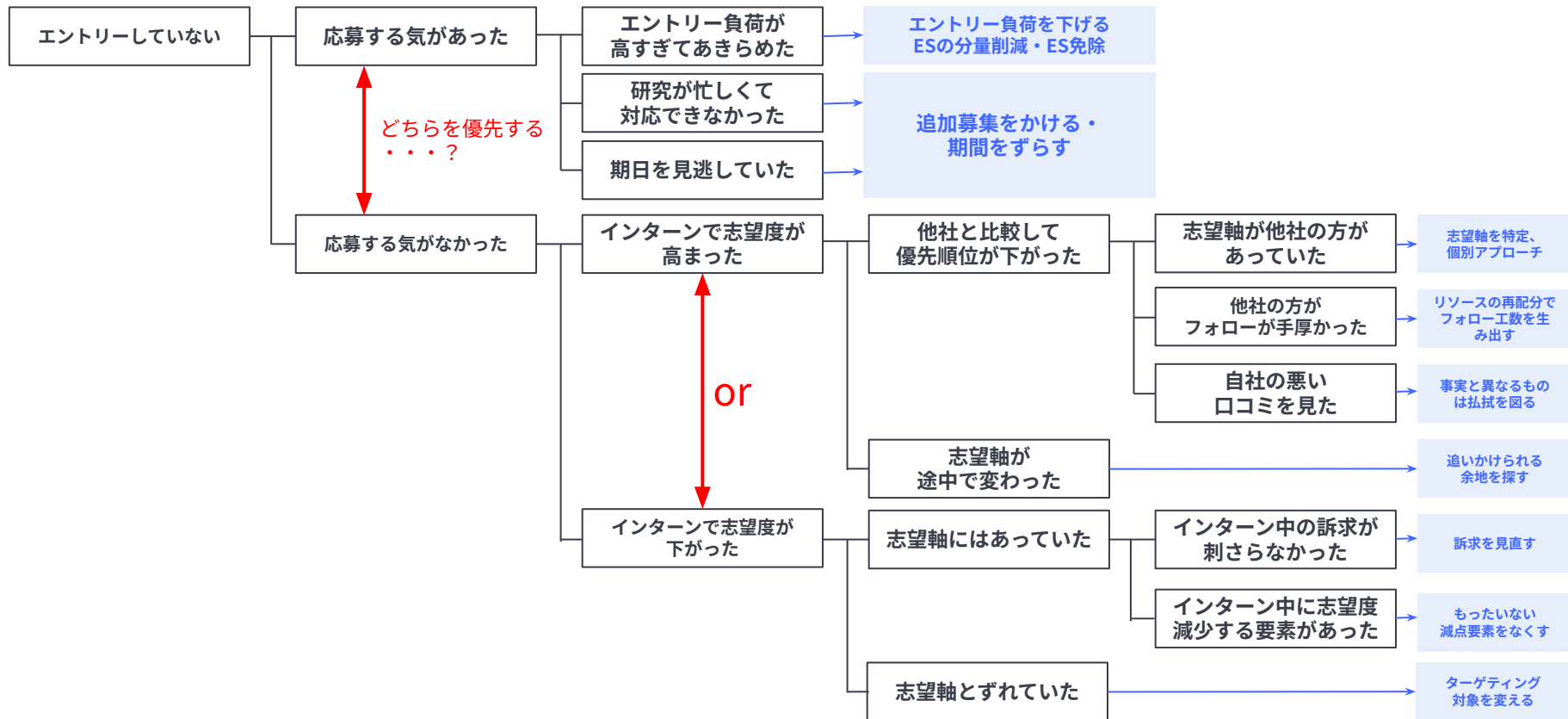


これらも無駄ではないが、結果が繋がらないことも多い

できる限り過去の情報を集めて、要因を特定しましょう



全部やるのは難しいので、一番「ここだ！」と思うところに向けて対策しましょう



実際の事例

短期改善が可能

エントリー負荷が
高すぎてあきらめた



ESの記載欄が他社は400文字だが、**この企業だけ1200文字のを求められた**。普段使ってるものにかかなり付け加えないといけず、研究との兼ね合いで優先順位を下げた

考えられる打ち手

エントリー負荷を下げる
ESの分量削減・ES免除

他社の方が
フォローが手厚かった



同じ時期に夏IS参加した別の企業はこまめに連絡をくれていたが、**この企業は何も連絡がなかった**ので、あまり自分のことを求めてないのかなと思っていた

リクレーターをつける・
フォロー頻度を増やす

インターン中に志望度
減少する要素があった



インターンの期間中、**支給された機材のトラブルが多く学生に向き合う体制が整ってない企業**なのかなと思った

インターンの中身を見直す



インターンの期間中、**接点を持った方が割と年配の方ばかりで若手が活躍できるフィールドがあるのか**心配になった

事実と異なる印象は
払拭を図る

志望軸が
途中で変わった

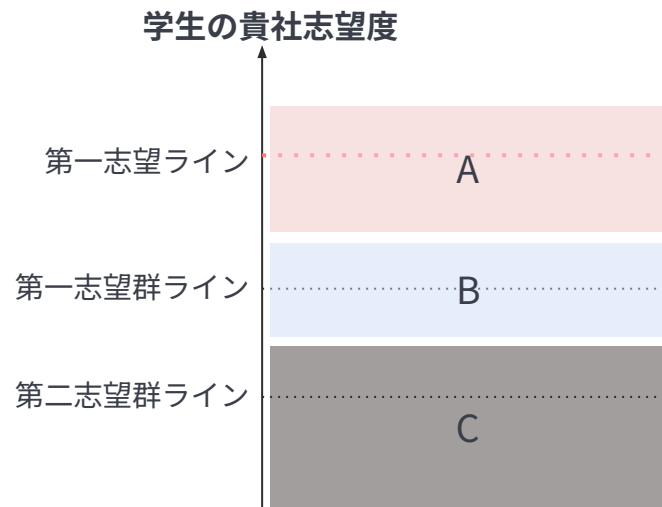


年内までは年収や福利厚生重視だったが、**年末に帰省して地元の友達と遊んでいたらやっぱり地元で働きたくなった**

やむなしのため
諦めても良い

Tips：フォロー工数を生み出すには

フォローの優先順位をつける



【志望度が高くなりやすい層】
インターン中に積極的な様子があった/
OBOG経由での参加 など

リソースの再配分



慣例的に3回の面接を行っていたが、
2次面接では8名の学生を落とすために
200名分の面接工数をかけていることになる

↓
面接フローを一つ減らすことで、
面接コスト/日程調整コストを削減

↓
その分の工数を学生のフォローに回す

【フェーズ②】 面接～内定出し

【前半】 直近、26卒を乗り切るためのポイントとは？/施策事例

【フェーズ①】
インターンシップ～
選考エントリー

【フェーズ②】
面接～内定出し

【フェーズ③】
クロージング～
内定承諾

【後半】 27卒以降も見据えた、根本的な対策とは？/施策事例

改善に繋げるために重要な5つのエッセンスの解説

| このフェーズの採用チームの悩み

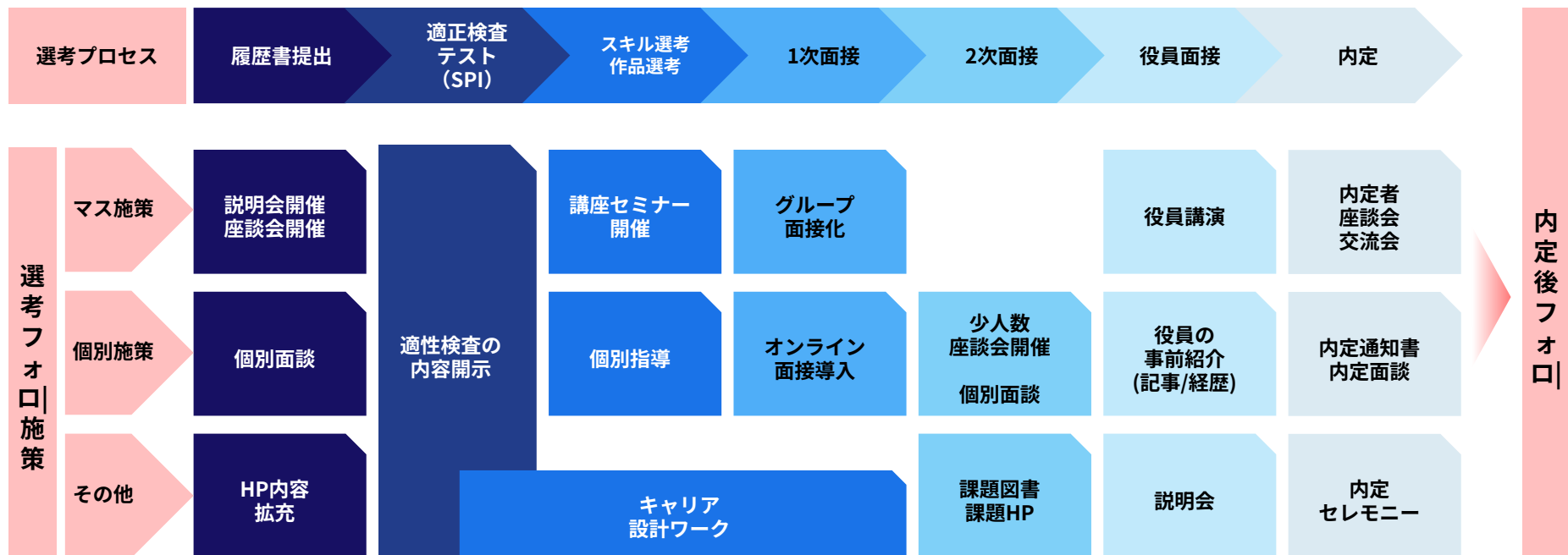


選考途中で離脱されてしまう…

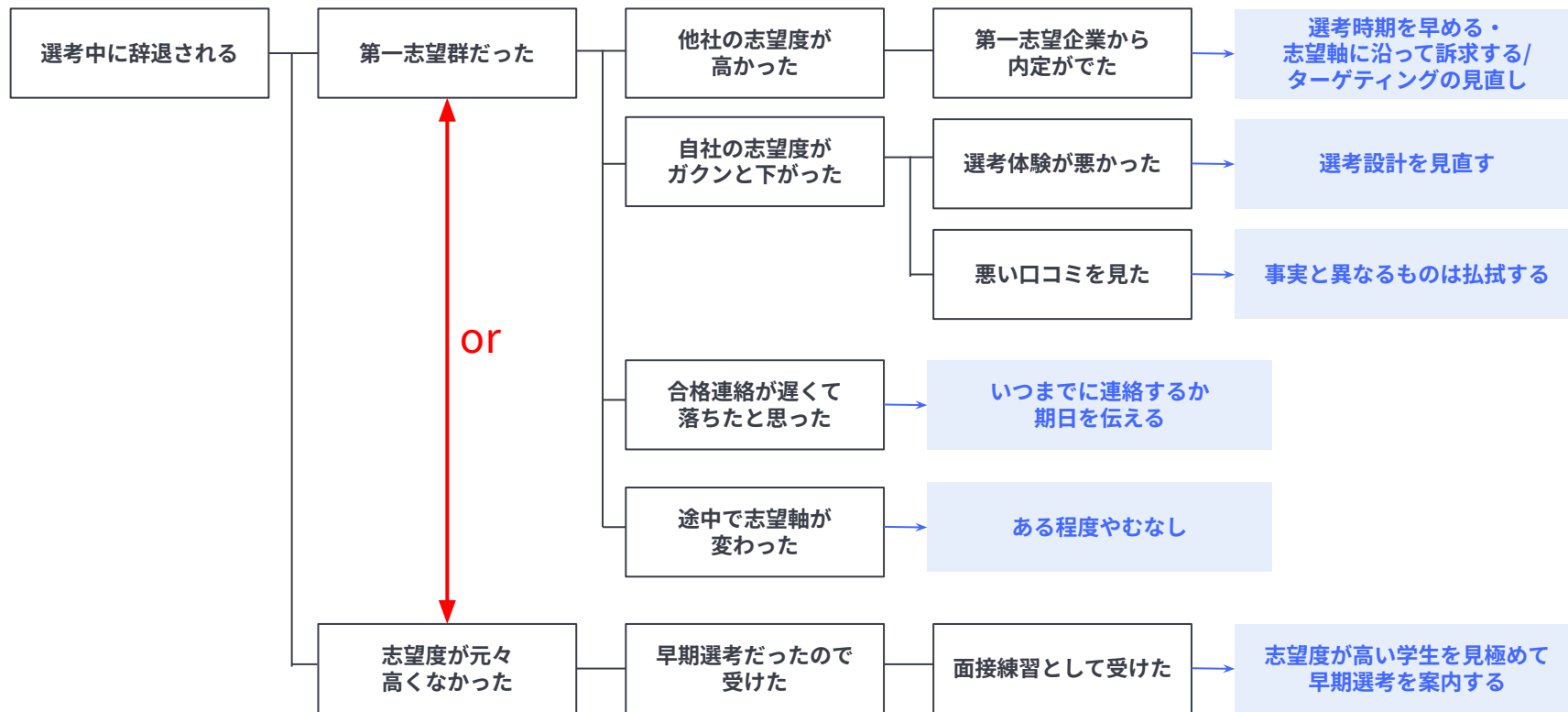
もしかすると面接内容にも
課題があるかも…？

「選考中のフォロー」と言っても、できることはたくさんある・・・

選考中のフォローにも、フェーズや目的ごとにさまざまな施策があります。



ここでも大事なのは、要因特定と適切な打ち手



実際の事例

短期改善が可能

選考体験が悪かった



圧迫面接を受けた。
ジョブルーティーンがある企業がいいですと言ったら「うち
は職種別だからそんな人は合わないね」と強めに言われた

合格連絡が遅くて
落ちたと思った



志望度は決して低くなかったが、1次選考の結果と2次選考の
案内が来るのが遅く、サイレントでお祈りされた（落ちた）
と思ったので推薦で別の企業に出してしまった

面接練習として受けた



正直あまり志望度は高くなかったが、面接の練習になると思
い受けてみた。途中で他の企業の面接が本格化し始めたので
志望度の低い企業はお断りした

第一志望企業から
内定がでた



ダントツ第一志望の企業から内定をもらったので他の企業は
辞退した

志望軸が
途中で変わった



同時に就活していた彼氏の勤務地がどこになるか次第でエリ
アを決めようと思っており、途中で都内になることが確定し
たので地方の企業はお断りした

実際に弊社で聞いた学生の声

考えられる打ち手

面接官の見直し
選考フローの見直し

連絡の期日を
きちんと伝える

志望度が高い学生を
見極めた上で
早期選考を案内する

ターゲティングの見直し

ある程度やむなし

Tips：面接で学生の本音を引き出すための工夫

学生は合格するために面接の間では「仮面を被る」。仮面を外すためにはオープンな問いかけと定量化が有効

OK例

「学生の希望・将来像」を質問の中心にする

あなたの将来像は？
志望業界や企業選びの軸は？

オープンな問いかけを行う

勤務地が自由に選べるとしたら希望はある？

できるだけ定量的に評価する

コンサルとメーカーの志望割合で言うと
何対何くらい？

事前準備が難しい質問を用意し、深掘りする

あなたの研究をどう社会に活かしたい？
→それはどこでそう感じた？
→弊社ではどう活かせると思う？

NG例

「自社についての志望」を質問に中心にする

自社についての志望理由は？

クローズドな問いかけを行う

勤務地が地方でも問題はない？

数値で把握せず曖昧に受け止める

今の所はコンサルとメーカーを
主に見ているんですね

事前準備がしやすい質問しか行わない、一問一答

・あなたの研究内容を教えてください
・このインターンの志望動機は？

【フェーズ③】 クロージング～内定承諾

【前半】 直近、26卒を乗り切るためのポイントとは？/施策事例

【フェーズ①】
インターンシップ～
選考エントリー

【フェーズ②】
面接～内定出し

【フェーズ③】
クロージング～
内定承諾

【後半】 27卒以降も見据えた、根本的な対策とは？/施策事例

改善に繋げるために重要な5つのエッセンスの解説

このフェーズの採用担当者の悩み



内定は出すものの、
辞退されてしまう…

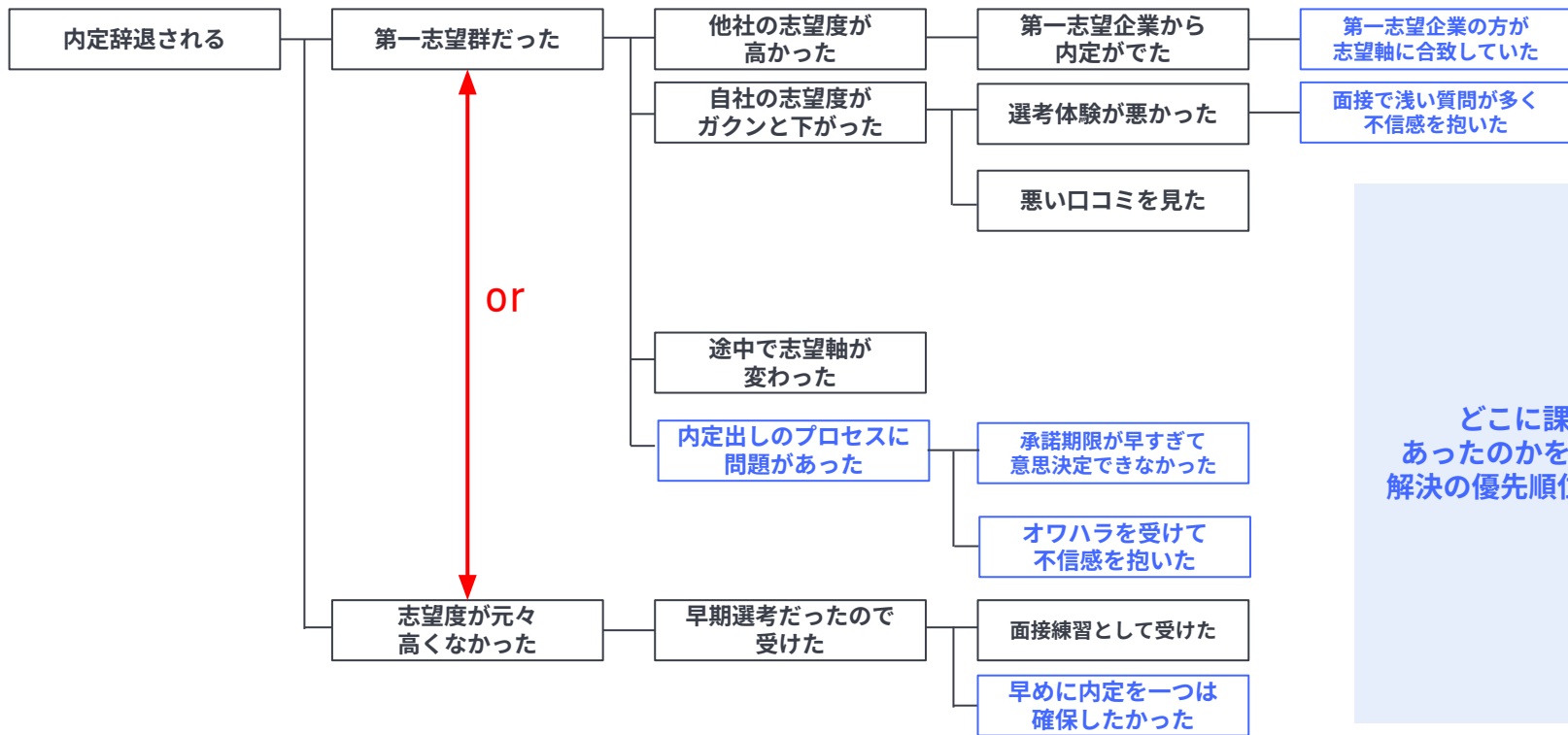
「内定辞退対策」においても、できることはたくさんある・・・

クロージング施策でも、タイミングや対象ごとにさまざまな施策が存在します。

	施策	タイミング	対象	事例/効果
クロー ジ ン グ	社長 ランチ/1on1	意思決定を行いたいとき	代表とのキョリを意識している学生に響きやすい	トップ学生10名と社長でランチを行い、社長から直接学生にメッセージを伝える。また学生からの質疑にも答える。
	経営層 インタビュー記事	意思決定を行いたいとき	経営層の考えに興味がある学生	経営層が考えていることを記載された記事を学生に紹介する
	経営層 1on1	意思決定を行いたいとき	ぜひ採用したい学生/経営層と共通点がある学生	複数の経営層と該当学生のマッチングを考えてセッティング。学生が他社内定をもらって流場合、その「他社」に詳しい経営層を参加させる。
	社長/経営層 講演	意思決定を行いたいとき	代表や経営層とのキョリを意識している学生に響きやすい	オンラインでの入社前研修などで実施するところも。会社のミッションやビジョンにより共感してもらえる。
	現場エース 講演/1on1	意思決定を行いたいとき	入社後活躍を意識している学生	現場で活躍しているメンバーから直接話しを聞ける機会を準備。
	社員座談会 1on複数	内定出し～意志決定前までに	社風を気にしている学生/何かしら不安が残っている学生	他内定者を含め、縦横の繋がりを持てる機会。人事が実施するor若手社員に参加してもらう。
	1～3年目若手 講演/1on1	内定出し～意思決定前までに	社風を気にしている学生	年齢の近いメンバーの話しを聞くことで、入社前の不安などが解消できる。気軽に質問できる場を用意。
	競合他社対策	学生が検討をする時期	他社内定を獲得している学生に自社の魅力が伝わる	自社にしかない強みを学生に伝える
	内定者交流会	学生が検討をする時期	入社後のイメージ重視、仲間意識が強い学生	Zoomで内定者説明会実施後、グループに分けて自由に交流してもらう。（ファシリを人事が担当する/自分たちでやってもらう）
	イベント開催	学生が検討をする時期	社風を気にしている学生	内定者向けにイベントを企画or社内イベントに招待（納会など）
承 諾 者	オフィス見学/ランチ	学生が検討をする時期	志望度の高い学生へ+αのアトラクト	実際にオフィスにきてもらい、若手社員や人事と一緒に食堂でランチ。
	リクルーター面談	志望度を確認したいとき	全内定者向け	内定までずっと寄り添ってくれたリクルーター、初めて話すリクルーターとどちらかと面談をする。（気軽に質問ができる）
	内定承諾者主催企画	内定式以降	すべての内定承諾者（また承諾を検討している学生に響きやすい）	内定者主催で実施することでより仲間意識が芽生える。より素直に内定者同士が会話できる場も準備。
	内定者承諾者交流会	内定式以降	すべての内定承諾者（また承諾を検討している学生に響きやすい）	内定式後に実施
	内定承諾者インターン	入社に向けて意識を強めて欲しいとき	入社後活躍を意識している学生	インターンに任せられる仕事を任せて一緒に働く。会議に参加やお昼も一緒に行ったりすることで距離が縮まる。
	内定承諾者研修	入社に向けて意識を強めて欲しいとき	入社に向けてイメージをつけてほしい学生/内定者同士の交流	宿泊ありかつ、グループごとに課題を行う。役職者からの挨拶などもあり。

ここでも大事な、要因特定と適切な打ち手

基本的には選考辞退要因と近しいが、**青文字**のあたりはクロージングフェーズで追加される要因



どこに課題があったのかを把握し、
解決の優先順位をつける

実際の事例

短期改善が可能

面接で浅い質問が多く
不信感を抱いた

第一志望企業の方が
志望軸に合致していた

実際に弊社で聞いた学生の声



採用基準への不信感

・文理混合の集団面接だった上に志望動機も浅い内容しか聞かれなかったため、見極めが甘くレベルが低いと感じた



専門性を活かせる度合いの差分

・承諾先企業の最終面接では現場の技術者がかなり詳しいところまで聞いてくれて、自分の研究が活かせると思った



社風の不マッチ

・インターンシップに参加して、年配の人が多く働いている印象を持って若手の活躍フィールドが少ない印象を持った



配属ガチャの不安

・メイン事業には興味があるが周辺事業には興味がない
・配属確約ではないのが不安



年収、福利厚生、勤務地への懸念

・地元で働きたい、年収が高い方がいい

考えられる打ち手

面接官の見直し
選考フローの見直し

専門を活かせる領域を
個別化して伝える

事実ではない印象は
払拭する

初期配属確約が可能か
検討する

ある程度やむなし
ターゲティングから
見直す

Tips：内定辞退を防ぐためのシート

特に承諾して欲しい学生に対しては、バイネームでの把握を徹底することが承諾につながる

①具体的な社名	自社（職種名）	A社（職種名）	B社（職種名）
①気持ちのウェイト （全体を100%とした時の数値）	〇%	〇%	〇%
②魅力・ポジティブ要素			
③懸念・ネガティブ要素			
④心情・選社軸 （その理由と背景）			
⑤意思決定時期			
⑥戦い方・自社の勝機 必要なアクション			

このパートでお伝えしたいこと

めちゃくちゃお忙しい時期だとは思いますが、
「とりあえず面談増やそう！」etc...ではなく、
1時間でも、30分でも良いので、採用チームで立ち止まって、
少しでも適切な施策を考える時間をとりましょう。

2

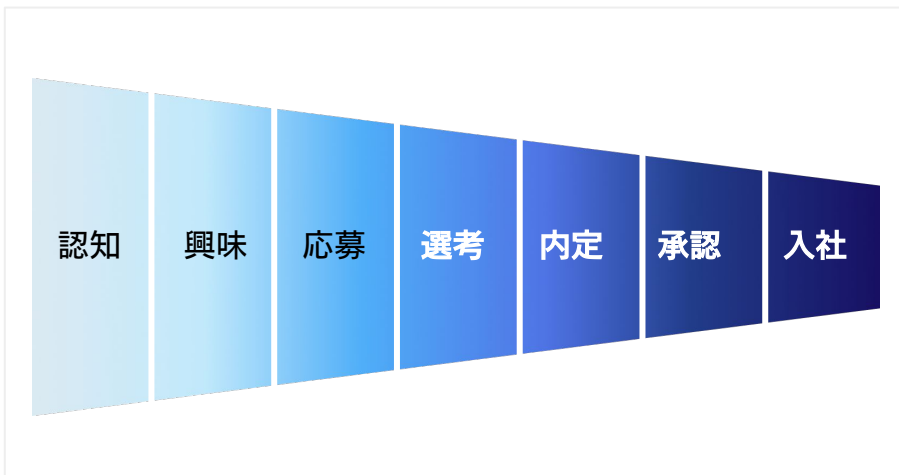
27卒以降も見据えた、根本的な対策とは？/施策事例

内定承諾率UPには地道な取り組みが必要

内定承諾率向上にあたり、フォローの施策を見直す、採用ツール・手法を見直すなどの**施策から考えていくことはNG**です。そもそも**新卒採用の候補者体験(※)**を学生目線で見直して、**改善していくことが重要です**。候補者によって志望度が下がるタイミング/内容は異なるため、**採用フェーズごとに選考体験の現状を把握して打ち手を考えましょう**。

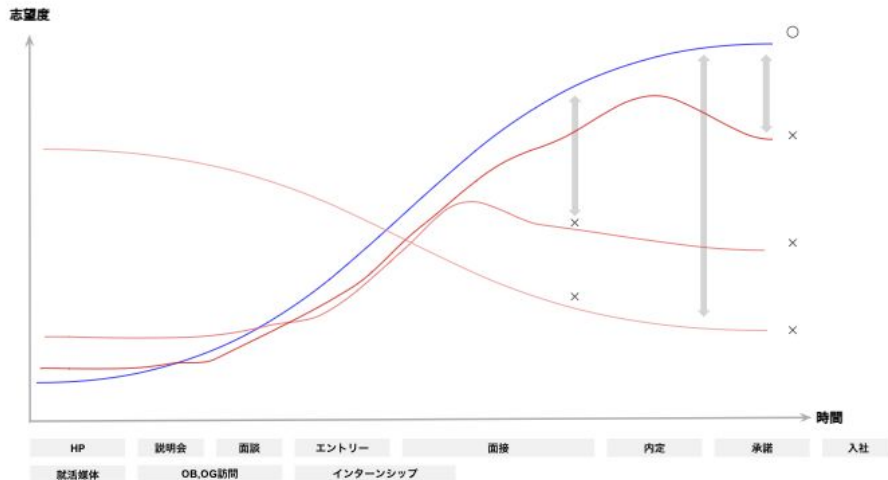
候補者体験の設計が最重要

内定承諾の段階で施策を考えるのでは遅い



内定承諾者と内定辞退者の差分を理解する

採用フェーズごとの選考体験の現状を客観的に把握することが重要



※ 候補者体験：求職者が企業を認知してから応募や面接を経て採用されるまでの一連のタッチポイントにおける体験

今回の流れ：すぐにはできると、根本対策を分けて考えましょう

【前半】直近、26卒を乗り切るためのポイントとは？/施策事例

【フェーズ①】
インターンシップ～
選考エントリー

【フェーズ②】
面接～内定出し

【フェーズ③】
クロージング～
内定承諾

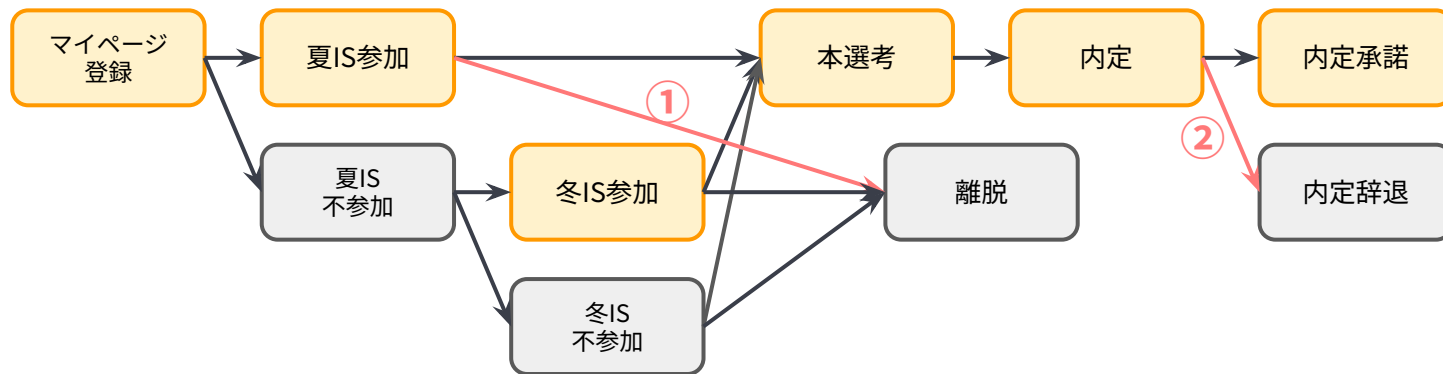
【後半】27卒以降も見据えた、根本的な対策とは？/施策事例

改善に繋げるために重要な5つのエッセンスの解説

根本課題の特定に必要な5つのエッセンス

分析の設計	①どの数値改善のための調査なのかを明確にする
ヒアリング	②学生の体験・事実ベースでヒアリングする
	③自社の内定承諾者/新卒社員にも話を聞く
	④質問読み上げマシーンにならない
分析	⑤離脱学生を採用可能性でグループ分けする

①どの数値改善のための調査なのかを明確にする



NG例

採用改善のために接点のあった学生に
とにかく聞いてみよう

OK例

①の人には「ISに参加してくれたのにその後選考に参加しな
かったのはなぜか」を聞いて**エントリー率の改善**に役立てよう

②の人には「内定承諾した企業と自社の差分」を聞いて
承諾率の改善に役立てよう

②学生の体験・事実ベースでヒアリングする

NG例



御社の業界では研究を活かせる
と思いませんでした

都内で働きたかったので
御社は辞退しました

辞退理由は

- 専門性を活かさないこと
- 勤務地の不一致

OK例

他に受けた企業でうちよりも
志望度が高かった企業はある？

A社と、B社です

A社は業界が一緒に勤務地も近いけど
うちと比べてどこがよかった？

インターンの時に社員さんが赤裸々に話して
くれたので実態が掴めたのが大きかったです

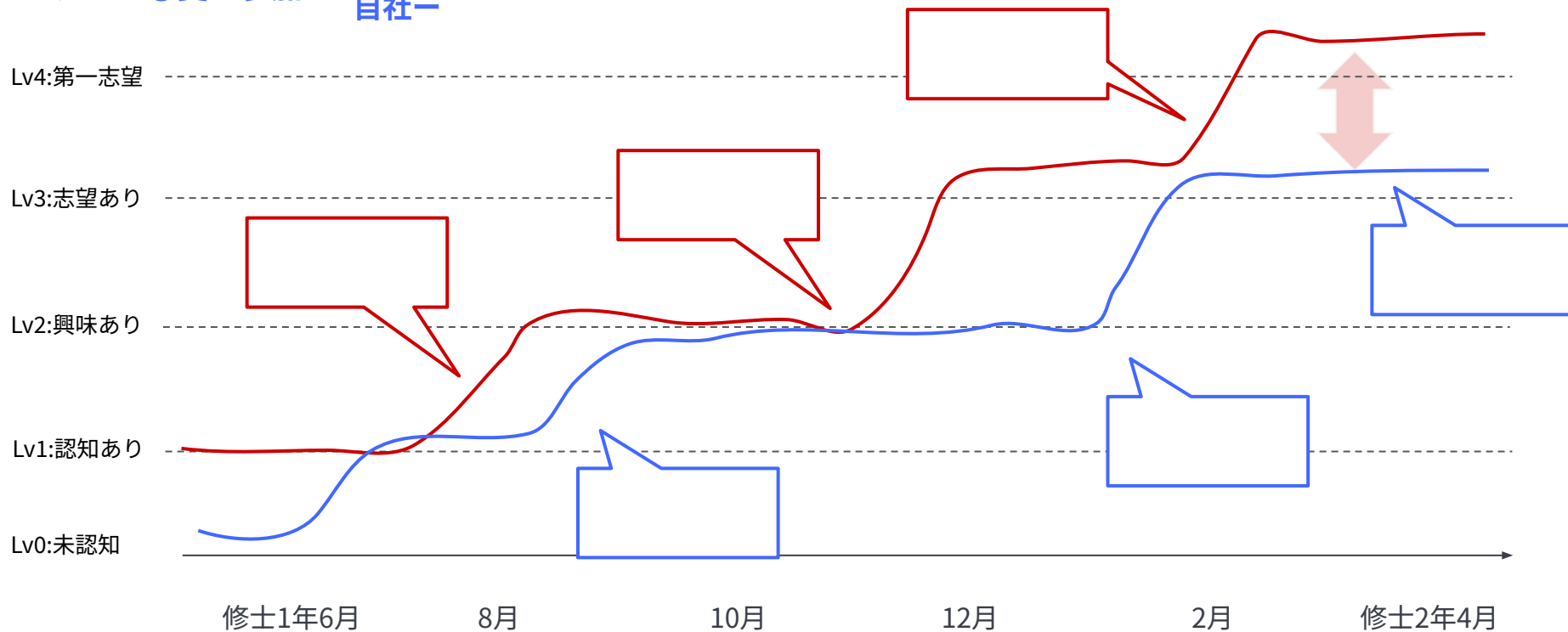
辞退理由は

- 専門性を活かさないこと
- 勤務地の不一致

ではあるものの、実態を適切に伝えきれていな
いことで志望度が下がっている

ジャーニー分析サンプル

パターン①夏IS参加
競合一
自社一



②学生の体験・事実ベースでヒアリングする

ヒアリング項目の例



事実

- ・就活中、いつどんなタイミングでなにをしたか
- ・企業をどんな軸で探していたのか、どんな情報を参考にしたのか
- ・本選考を受けた企業/内定が出た企業はどこか



意思決定

- ・夏終わり時点/本選考前時点での志望順位はどうだったか。それはなぜか
- ・内定企業の中でなぜその企業に決めたのか
- ・自社が劣っていると判断されたのはどのポイントだったのか

③ 自社の内定承諾者/新卒社員にも話を聞く

NG例

辞退者のみに話を聞く



辞退要因は出てくるものの、それを解決することで打ち手につながるのかが不明

OK例

承諾者と辞退者の双方の話を聞く



- 辞退者にも同じ魅力が伝わっていたのか、それとも伝わっていなかったのかが把握できる
- 成功パターンを入手できる

④質問読み上げマシンにならない

NG例

検討していた業界を教えてください

ありがとうございます。
次に、検討していた職種を教えてください

OK例

検討していた業界を教えてください

〇〇業界を見てたんですね。
その分野の研究をしている方がその業界を見るのは珍しいと思うのですが、何かきっかけがあったのですか？

機械的に質問を読んで答えをメモするは×
学生がなぜその行動/意思決定を行ったかの背景を深掘りする

⑤ 離脱学生を採用可能性でグループ分けする

NG例

学生が離脱していた理由は多い順に以下

- ・ 要因A
- ・ 要因B
- ・ 要因C

辞退要因は出てくるものの、どれから解決したらいいのかがわからない

OK例

離脱学生10名のうち、採用余地のあった学生は6名。彼らの主な離脱理由は「要因A」だと考えられる

短期的に改善可能なものと、長期的に改善可能なものを分けて判断できる

ターゲット分析サンプル

訴求次第では変化する層

流入企業

ペルソナ像

辞退理由

採用
可能性
あり層

CA、ヤフー

- ・自由に働けるか（フレックス、休暇の取りやすさ）
- ・エンジニアとしての成長環境
- ・toCサービス（有名な製品、身近への影響）

free、
ゆめみ、
マネフォ

- ・企業の成長性
- ・触れられる技術の幅
- ・サービスが好きかどうか

採用
高難易度
層

NTTデータ
富士通

- ・規模が大きく、給与の高い企業に入りたい
- ・エンジニアとしての成長に関心があるものの、現在の開発スキルへの自信は高くない

トヨタ
ソニー
パナソニック

- ・首都圏以外の勤務地を志望
- ・規模が大きい企業、安定している企業を志向
- ・開発スキルに自信はあまりない（社内SEの場合）

訴求を変えても難しい層

■ Tips : アンケート？ヒアリング？

仮説が弱いまま定量調査（アンケート）を行ってもあまり有用な示唆は得られにくい
まずは数名にヒアリングをして、仮説をつくることがおすすめ



メリット

- 深い情報を得られるので、
- 解決策につながるヒントを見つけやすい

- 客観的なデータを取れる
- 回答結果の集計、分析がしやすい

デメリット

- インタビューのスキルが必要
- 統計的なデータにはなりにくい

- ヒアリングに比べ情報が薄い（自由記述は有効活用しづらい）
- 客観性を得るにはデータの数が必要

理系学生意向調査の進め方

全体設計

自社の採用課題を整理し、明らかにしたいポイントを決める

学生確保

話を聞きたい学生を選定し、日程調整を依頼する

承諾者ヒアリング

内定承諾者や新卒社員にヒアリングし、成功パターンを分析する

辞退者ヒアリング

学生の就活の流れ、意思決定の判断基準を把握する

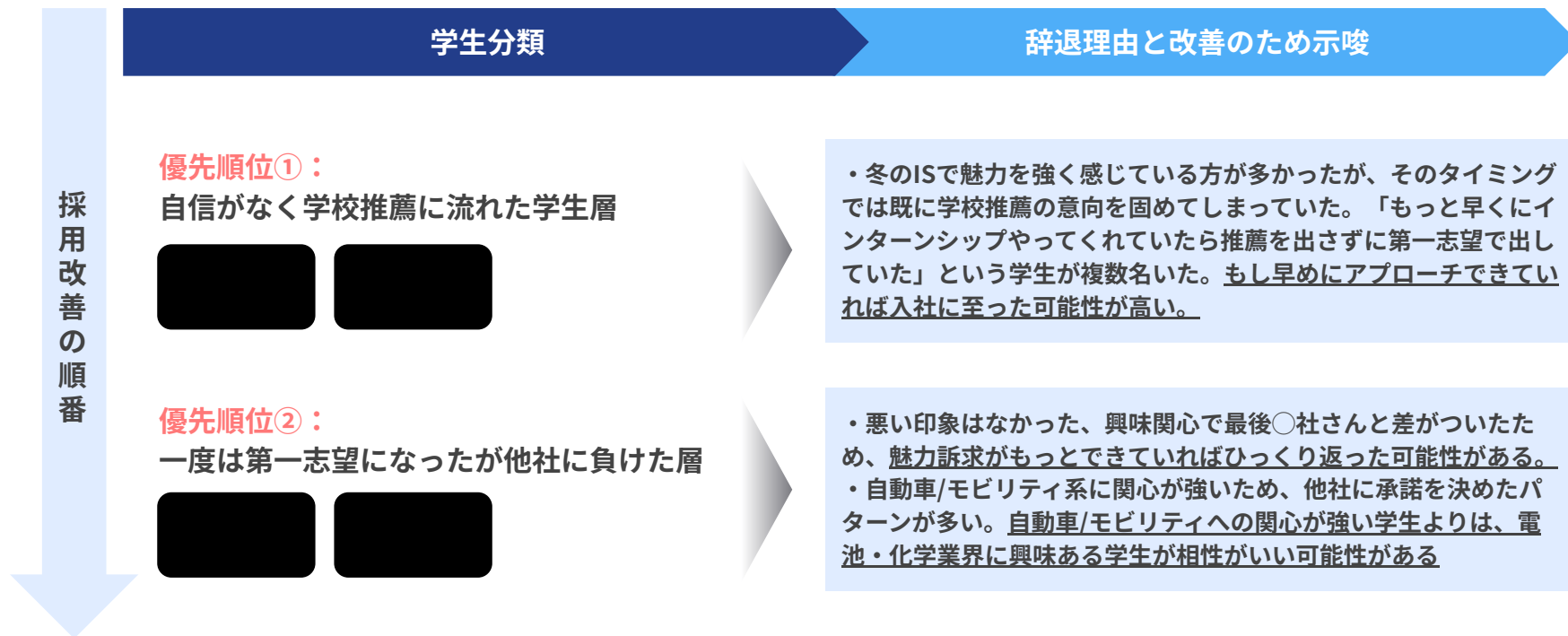
分析&改善

自社成功事例や他社事例を元に課題の整理、解決策の検討を行う

改善施策に落とし込む

自社の現状を正しく把握できたら、採用優先度が高い順に学生を分類し、それぞれの辞退理由と改善のための示唆を整理し、具体的な打ち手を考えていきます。

例)



辞退理由と次年度に向けた改善事例

辞退理由と改善のための示唆を整理したら、次年度に向けてどの施策を採用するか検討していきます。

主な辞退理由

辞退理由（複数回答）

- 事業領域と学生の興味の不一致 3票
- 合同会社への不安 3票
- 将来性への不安 3票
- 若い会社のため安定性があれば良かった 3票
- 勤務地が希望と合っていなかった 3票
- 働き方が合わなかった 3票
- 学校推薦で出した企業から内定が出たため 2票

改善のための示唆

- 冬のISで魅力を強く感じている方が多かったが、そのタイミングでは既に学校推薦の意向を固めてしまっていた。「もっと早くにインターンシップやってくれていたら推薦を出さずに第一志望で出していた」という学生が複数名いた。滑り止めとしての選考ではあったが、もし早めにアプローチできていればひっくり返った可能性が高い
- 悪い印象はなかったが、興味関心で最後〇社さんと差がついたため、魅力訴求がもっとできていればひっくり返った可能性がある。
- 自動車/モビリティ系に関心が強いいため、他社に承諾を決めたパターンが多い。自動車/モビリティへの関心が強い学生よりは、電池・化学業界に興味ある学生が相性がいい可能性がある

次年度に向けた改善施策

- インターンシップの時期を早める。夏インターンシップも検討する
 - 冬のISが学生からは非常に好評なため、早めに訴求として実施するのが良い
- 自動車/モビリティへの関心が強い学生よりは、電池・化学業界に興味ある学生を狙って母集団形成する。
 - 自動車/モビリティ系は競合企業が強く、バッティングしやすい
 - ニッチな採用ターゲットなので、スカウトサービスも検討する
- 貴社の特徴ゆえのメリット/デメリットを合わせて伝えつつ、デメリットを解消するトークを用意する
 - ベンチャーや合併会社、集中的な事業展開であることのメリットは押し出しつつも、それによって起こり得るデメリット（規模感、不安定、将来性、働き方）などについてのフォローを〇〇側から伝える

内定承諾率の改善アクション事例：大手自動車関連部品メーカーA社様

悩み

- 学生の内定辞退率が高い
- 学校推薦の滑り止めとして受けられていたケースが数件あった

調査

LabBase提供の『内定辞退者調査』サービスにて内定辞退者10名にヒアリングを実施

調査結果

選考体験の良いインターンシップが
学校推薦のタイミングより
遅く実施されていた

冬に実施していたインターンシップの評判がとても良かった。「もっと早くにインターンシップやっていたら推薦を出さずにA社に第一志望で出していた」と言う学生が複数名いた。

改善アクション

翌年から夏にもインターンシップを
実施し、内定辞退の改善に着手

学生の選考体験が向上した正しい情報を把握することで、**インターンシップ実施時期変更という具体的な打ち手を実施**し選考体験を改善した。

内定承諾率の改善アクション事例：ITサービス系B社様

悩み

- ・同業他社から高確率で負けてしまう
- ・なぜ辞退するのか把握できていない

調査

LabBase提供の『内定辞退者調査』サービスにて内定辞退者6名にヒアリングを実施

調査結果

技術者として評価される会社という
認知形成ができていなかった

選考体験において、技術内容に関する質問や選考フローが確立されておらず、「他社と比較して技術評価がされない会社=技術者としての成長に不安な会社」というみられ方をしていた。

改善アクション

翌年からコーディングテストを実施し、
選考プロセスも大胆に変更

技術者としての成長について自社認知とのギャップが生じていたので、**選考フローにコーディングテストを実施するとともに、CTOとの最終面接に変更した。**

このパートでお伝えしたいこと

- **重要なのは差分を見ること**
 - エントリーした人とエントリーしない人の差分
 - 内定まで受けきった人と、途中辞退した人の差分
- **今やらないといけない理由**
 - 工数がなくてできないとはいえ、
対処療法的な対応になってしまうと、
来年の工数がもっと増える可能性が高いのも事実

推奨施策のご案内 1

内定辞退者調査

学生に会っているのに採用できない = 穴の空いたバケツ状態

問題の原因を明らかにして、成果の出やすい環境を作ることが重要



選考前後の離脱率が高い
内定辞退率が高い



原因を特定し
改善施策を実施



改善を実施せず
母集団を増加



母集団を増やした分
成果が出やすい環境に



かけた時間/コストの割に
採用数は増えず

選考辞退/内定辞退の原因と対策

課題① 離脱理由の洗い出し不足



採用アクションに問題があり
自社への志望度が
上がらない/下げてしまっている



採用アクションの課題特定と改善

課題② 課題の優先順位付け



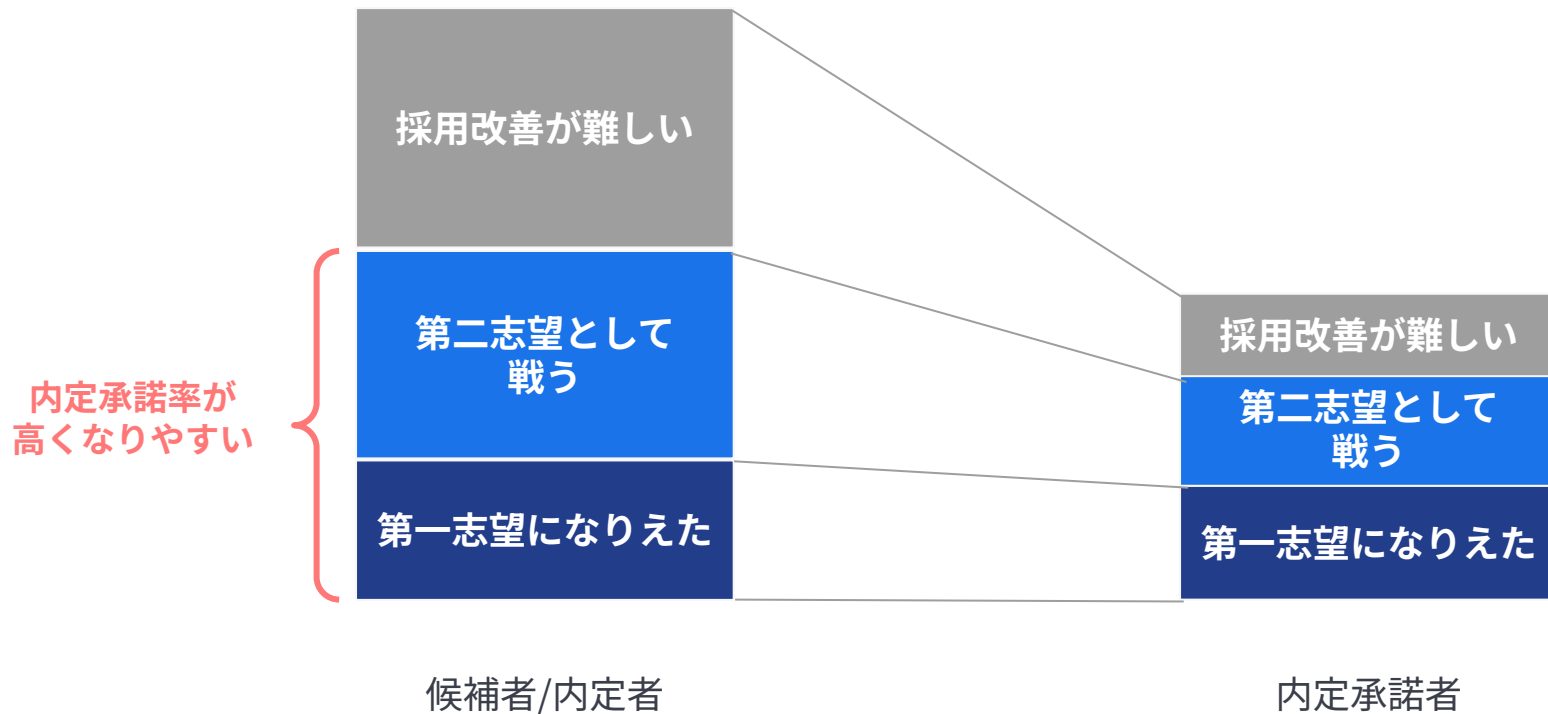
入社ポテンシャル高い学生と
低い学生の見極めができず
本当に改善すべき原因を
絞り込めていない



学生の入社ポテンシャルの見極め

内定辞退者の辞退レベル定義

内定承諾に繋がりやすい「第一志望になりえた」「第二志望として戦う」への注力が重要



理系学生の隠れた本音を聞ける『内定辞退者調査』

貴社の内定辞退者に対して、弊社が第三者の立場で理系特化の定性インタビューを実施
現状分析から競合他社に負けない改善提案までコンサルティング

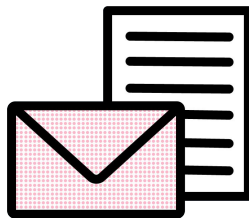
①調査設計

現場社員や内定承諾者へのヒアリング内容から現施策の課題特定・仮説構築



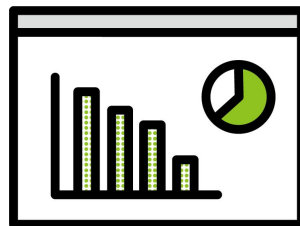
②定性インタビュー

仮説検証に向けて定性インタビューを内定辞退者へ実施



③レポート納品

調査結果から得たデータ、重要なインサイトをレポートにまとめてご提供

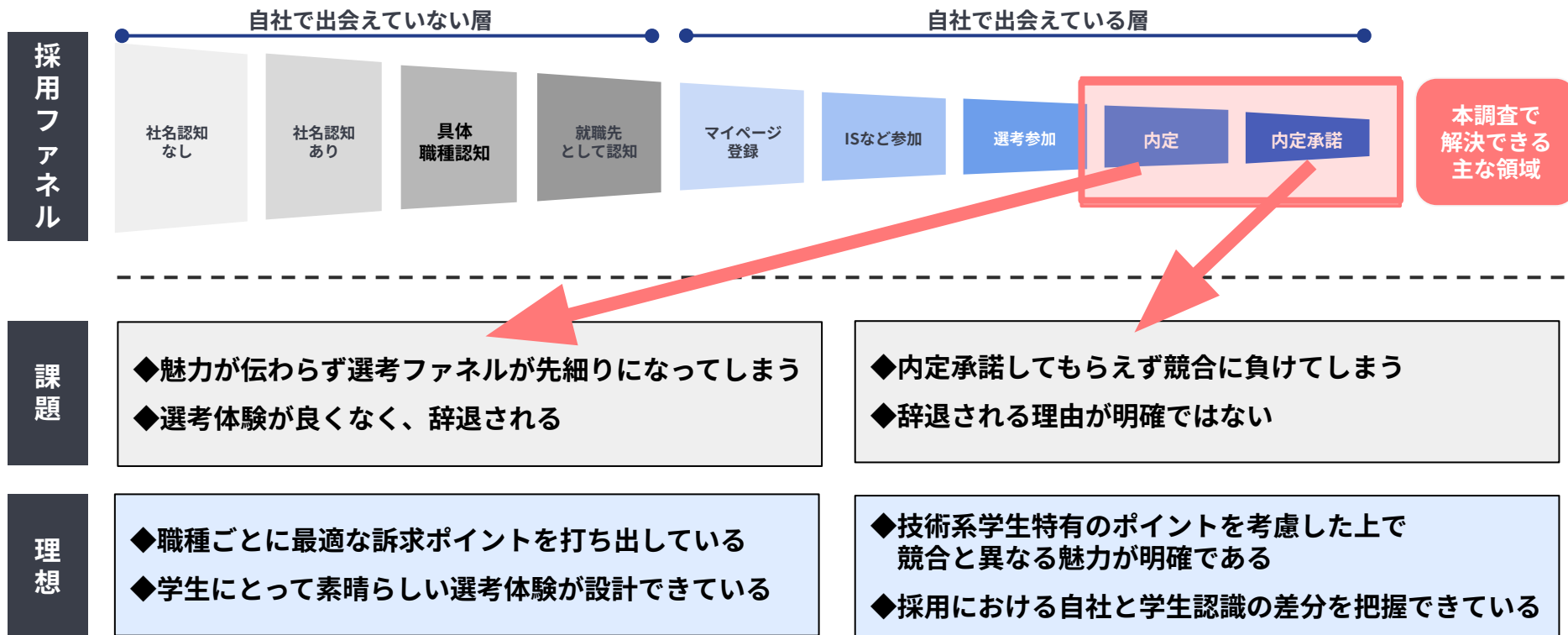


④戦略策定

貴社の強みを活かしたアクション施策を提示・アフターフォロー



内定辞退者が増える原因と本サービスで目指す理想像



推奨施策のご案内 2

学生フォロー虎の巻

フォローガイド概要

インターン後～内定承諾までに効果的なフォローノウハウを提供します

学生フォロー 虎の巻



学生フォローに関するノウハウ集



学生フォロー講習会/勉強会



学生フォローに関する
勉強会/コンサルティング

※虎の巻はご要望に応じて個別にカスタマイズ可能です

ライト版とカスタマイズ版の違い

貴社のニーズに合わせてご提供内容を選べます

学生フォロー虎の巻(ライト)

- 即日ご納品可能

学生フォロー虎の巻 (カスタマイズ)

- 貴社課題を反映させた資料作成

限られた工数の中で効果的なフォローを行うために

全員を均等にフォローする必要はなく、内定承諾/辞退が最も変化しやすい層に工数をかける

属性	属性の説明/フォロー方針	フォロー優先順位
第一志望が自社の学生	確論、フォローがなくても入社する ↓ ただしフォローがあればより会社とのマッチ度が高まるので他の学生のフォローと合わせて実施する	第3優先
もう一社と迷っている学生	「入社の手をどこにするか」次第で内定承諾/辞退が変化する ↓ ここに一番リソースを投下する	最優先
複数社で迷っている学生	「数ある内定先のうちの一社」から「特別な会社」になるために志望度を高めていく必要がある ↓ 二番目にリソースを投下する	第2優先

▼ライト版の内容に加えて

- 貴社の実例をイメージした事例の提示
 - 例)
 - SE部門をベースにした事例作成
 - 研究開発職をベースにした事例作成
- 貴社課題に応じた加筆/資料追加
 - 例)
 - 実際の準備スケジュールに合わせた表記
 - 貴社特有の制約の応じたチェックリストの作成

納品物のサンプル

限られた工数の中で効果的なフォローを行うために

全員を均等にフォローする必要はなく、内定承諾/辞退が最も変化しやすい層に工数をかける

属性	属性の説明/フォロー方針	フォロー優先順位
第一志望が自社の学生	極論、フォローがなくても入社する ↓ ただしフォローがあればより会社とのマッチ度が高まるので他の学生のフォローと合わせて実施する	第3優先
もう一社と迷っている学生	「入社の決め手をどこにするか」次第で内定承諾/辞退が変化する ↓ ここに一審リソースを投下する	最優先
複数社で迷っている学生	「数ある内定先のうちの一社」から「特別な会社」になるために志望度を高めていく必要がある ↓ 二審目にリソースを投下する	第2優先

【必ず実施したい】フォロー面談

フォロー期間中に、最低限一回は実施する。それ以降は月1-2回の設定がちょうど良い頻度

実施形式	パターン1 リクルー	担当学生を決め、	▼担当者の選択基準 学生の志望する職種/企業
面談の中身	パターン2 数珠	面談	面談
	会話 入手し	いつまで	いつまで

SAMPLE

学生はなぜ内定を辞退するのか？

「入りたい会社のひとつ」ではあるが「好きな会社」になっていないから、他社と比較される

「入りたい」会社	「好きな」会社
▼客観的、合理的に魅力を感じている <ul style="list-style-type: none"> 客観的な評価や企業としての魅力（ブランド力、待遇、将来性など）を感じている 合理的に「ここに入るとメリットがある」「スキルアップできそう」と考えて入社を目指すため、「より良い条件を提示してくれる他社」があれば比較検討対象になりうる 	▼主観的、感情的な魅力を感じている <ul style="list-style-type: none"> 社員の姿勢や企業文化、ビジョンが自分自身の考えや価値観と深く結びついている 実際に働くイメージが具体的に描けており、安心感や親近感が湧いている その結果として、「他と比較せずともこの会社に入りたい」と感じる

感情的な「好き」を醸成するためには、
現場社員がどんな思いで働いているか、どのような価値観を持っているかを共有することが重要

【可能ならば実施】オフィスツアー/工場見学

まだ一度も実際に働く場所を見せていない場合は、対面で見学の機会を設けることも効果的

例) メーカー志望の学生の視点

対象	完成品	製品	工場見学
工程	技術	環境	工場
環境	立地	設備	安全

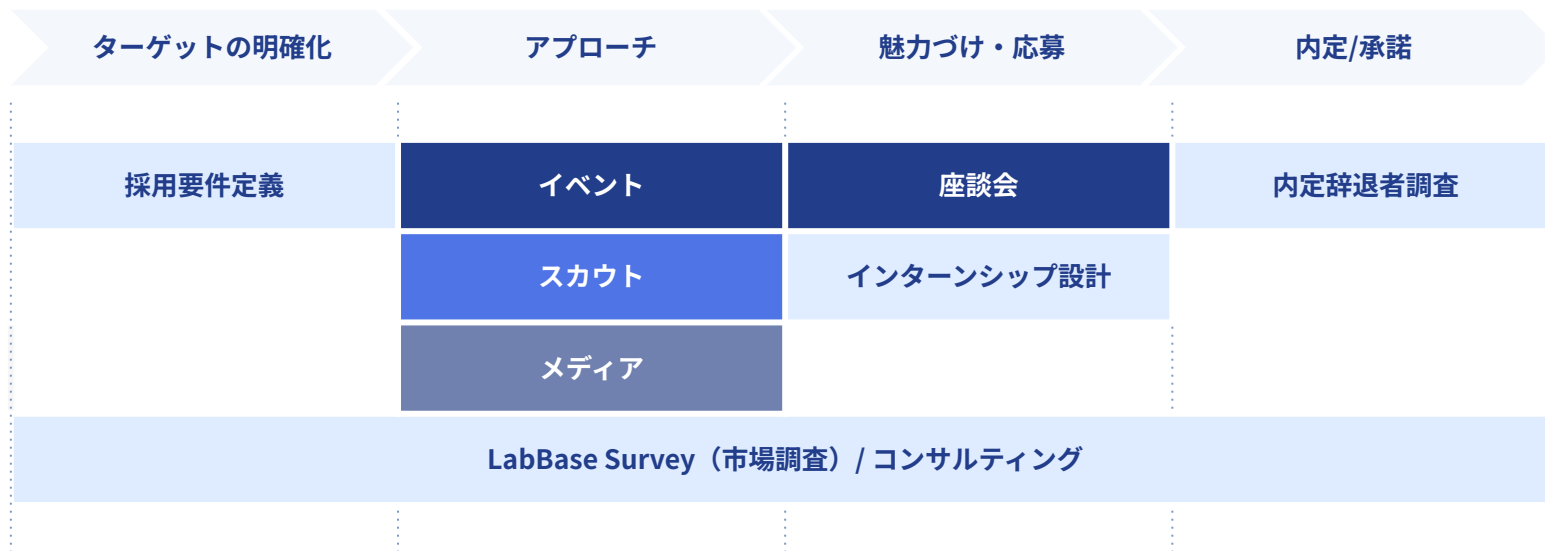
SAMPLE

学生は様々な観点から「自分がここで働くイメージを持てるか」を判断しているため
工場や職場を見せる時は可能な限り「リアル」を見せる

LabBase 就職

LabBase - 新卒向けサービス一覧 -

母集団形成（認知形成）から魅力づけ、そして内定承諾まで、
一貫して理系採用のご支援をしております



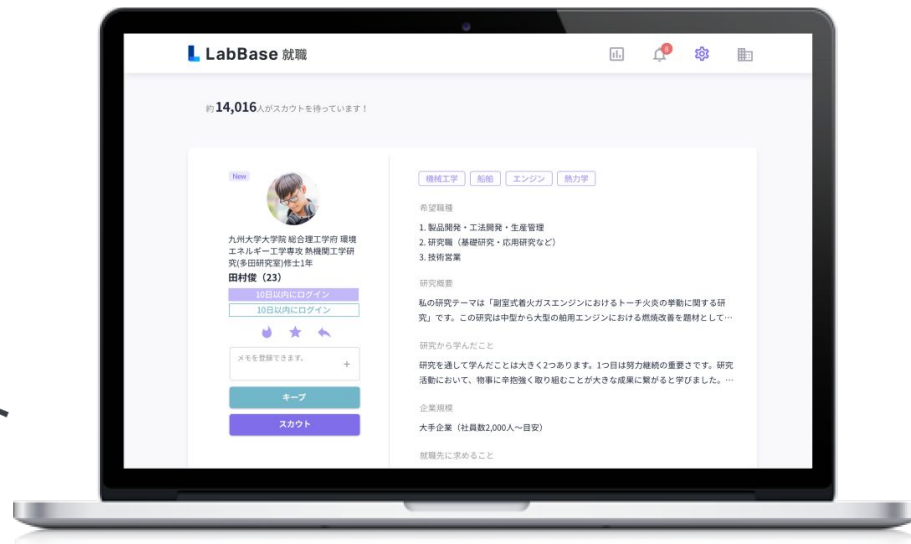
LabBase就職について - ダイレクトリクルーティング -

LabBase就職は学生の研究内容やスキルを見て、気になる学生に企業から直接スカウトを送ることができる
理系学生に特化したダイレクトリクルーティングサービスです

理系新卒採用

LabBase 就職

優秀な理系学生に直接スカウト
専門性の高い学生もLabBase就職ならダイレクト



特徴①：国内理系大学院生の約50%が登録

国内理系大学院生の約50%が登録
専門性の高い多様な人材が在籍

26卒理系学生

約 **2.3** 万名
が登録見込み

国内理系院生の

約 **50**^{※1} %
が登録

年次登録数（25卒実績と26卒見込み）

累計登録数

23,000

登録増加中

22,000

22,000

20,000

25卒

実績※2024年3月時点

26卒

見込み※2025年3月時点

特徴②：研究内容/スキルがわかる豊富なプロフィール

理系に特化した豊富なプロフィールだからこそ本当に出会いたい学生が見つかる

研究内容をベースに、将来やりたいことや就職先に求めることなど学生の嗜好性が精緻に確認できます。学生・企業双方のマッチングが図りやすいスカウトサービスです。

New



東京工科大学大学院工学院
機械コース エネルギー工学専攻
工学研究(多田研究室)修士1年
西村 達吉 (23・男) 

 3日以内にログイン

 ログイン5社未満がスカウト

★ 貴社に興味あり・2019年12月22日

メモを入力...

キープする

スカウトを送る

機械工学 船 エンジン 熱力学

自己紹介

東京工科大学大学院修士1年の田村俊です。大学院では機械系の専攻に所属しており、燃焼工学にまつわる研究を行っています。現在の研究テーマは「副室着火ガスエンジンにおけるトーチ火炎の挙動について」です。機械設計やエンジンの性能評価といった機械

研究概要

私の研究テーマは「副室着火ガスエンジンにおけるトーチ火炎の挙動について」です。この研究は中型から大型の船用エンジンにおける燃焼改善を題材としています。ガスエンジンとは天然ガスを燃焼としたエンジンのことで、従来の船舶用ディーゼルエンジン

就職先1

1. 製品
2. 研究
3. 技術

就職先2

1. 研究
2. 自分
3. 海外

研究を選んだ理由

データサイエンティストやビッグデータへの注目が集まったことからデータ分析に興味を持ったためです。また、最近ではPythonをはじめとする様々な言語において、古典的な統計分析や機械学習の実装が可能となっています。そこで、これらコンピュータサイエンスを利用した大規模データの分析に取り組みたいと思ったからです。 分野を電力に設定した背景としては、今後省エネルギー対策が必須となる有限な資源であるためです。主である発電方法の火力発電は二酸化炭素の排出量の問題があり、東日本大震災後の原子力発電の減少が著しいなどの問題を抱えています。従って、電力の使い方は今後の生活において考慮しなければならないことであり、重要な環境問題の一つであると言えます。

研究から学んだこと

私は研究を通して培った基礎的なデータ分析能力を有しています。欠損値や外れ値、カテゴリ変換などを含めたデータ整理から回帰分析や分散分析をはじめとする各種分析手法を統計解析ソフトStataを使って実践してきました。現在は機械学習の分類・予測モデルを実装するためにPythonやR言語を使用しています。授業でも様々なプログラミング言語を使用してきたため、アルゴリズムやコーディングの能力には自信があります。この技術に加え、ニューラルネットワークや活性化関数などの重要な知識を独学で学びました。また、研究を進める中でコンピュータサイエンスを駆使した開発能力と解決能力が養われていると自負しています。 これらITリテラシーに加えて、語学力とプレゼンテーション能力にも自信があります。大学院での授業が全て英語で行われていることや、海外研修後に経験した英語のプレゼンテーションがこれらの自信になっています。

特徴③：効果的・効率的なアプローチが可能な機能開発

スカウト送付までの工数を削減 ターゲット学生に最適な アプローチをアシスト

生成AIを活用した機能開発により、配属先が必要とする学生との出会いをさらに加速させます。専門性の高い職種であっても、ターゲット学生に伝わる募集情報やスカウト文面の作成をアシストします。

本来、膨大な工数がかかる、かつ難易度の高い採用プロセスを効率的かつ効果的に実行することが可能です。



研究の力を、 人類の力に。

Empowering Research, Empowering Humanity

研究エンパワープラットフォーム

LabBase

株式会社LabBase

所在地：東京都港区西新橋一丁目1番1号 日比谷フォートタワー10F

設立：2016年9月23日

社員数：106人（2023年4月時点）

資本金：613,130,500円（資本準備金含む）

代表



株式会社LabBase 代表取締役CEO

加茂 倫明

1994年京都市生まれ。大学勤務者の両親を持ち、幼少期より数学者を志す。東京大学理科二類入学後、研究領域の課題を目の当たりにし、国内外のベンチャー数社での長期インターンを経験後、東京大学工学部在学中の2016年に株式会社LabBase (IIPOL) を創業。科学と社会の発展に世界で最も貢献する会社を目指し、研究エンパワープラットフォームを創造中。

事業内容

理系学生及び中途技術者の採用支援

 LabBase 就職

 LabBase 転職

 LabBase キャリアイベント

受賞歴／掲載実績

- NHKニュース7ノーベル賞特集にて紹介
- テレビ東京 WBSにて紹介
- 東洋経済「すごいベンチャー100」選出
- 「TechCrunch Tokyo 2018」受賞

ご利用方法や導入事例はWEBサイトでもご確認いただけます

お電話やWEBサイト上のお問い合わせ窓口より、お気軽にお問い合わせください。

▼ 資料ダウンロード



資料ダウンロードはこちら

<https://business.labbase.jp/downloads/>

LabBase就職をはじめて知っていただく方に向けて、わかりやすいサービス資料や理系学生に詳しくなれるお役立ち資料をご用意しています。

▼ お問い合わせ



お問い合わせはこちら

<https://business.labbase.jp/contact/>

03-6684-1539(10:00~19:00)

お電話やWEBサイト上のお問い合わせ窓口より、お気軽にお問い合わせください。