

**課題別 おすすめのイベントは?**

LabBase主催 **理系採用イベント  
活用マニュアルを大公開**

 出展成功のためのTipsも解説

01 理系学生の就職活動の状況

02 イベント有効活用のポイント（準備～当日～イベント後）

03 各課題に応じたおすすめイベントのご紹介

04 LabBase新卒向けサービスについて

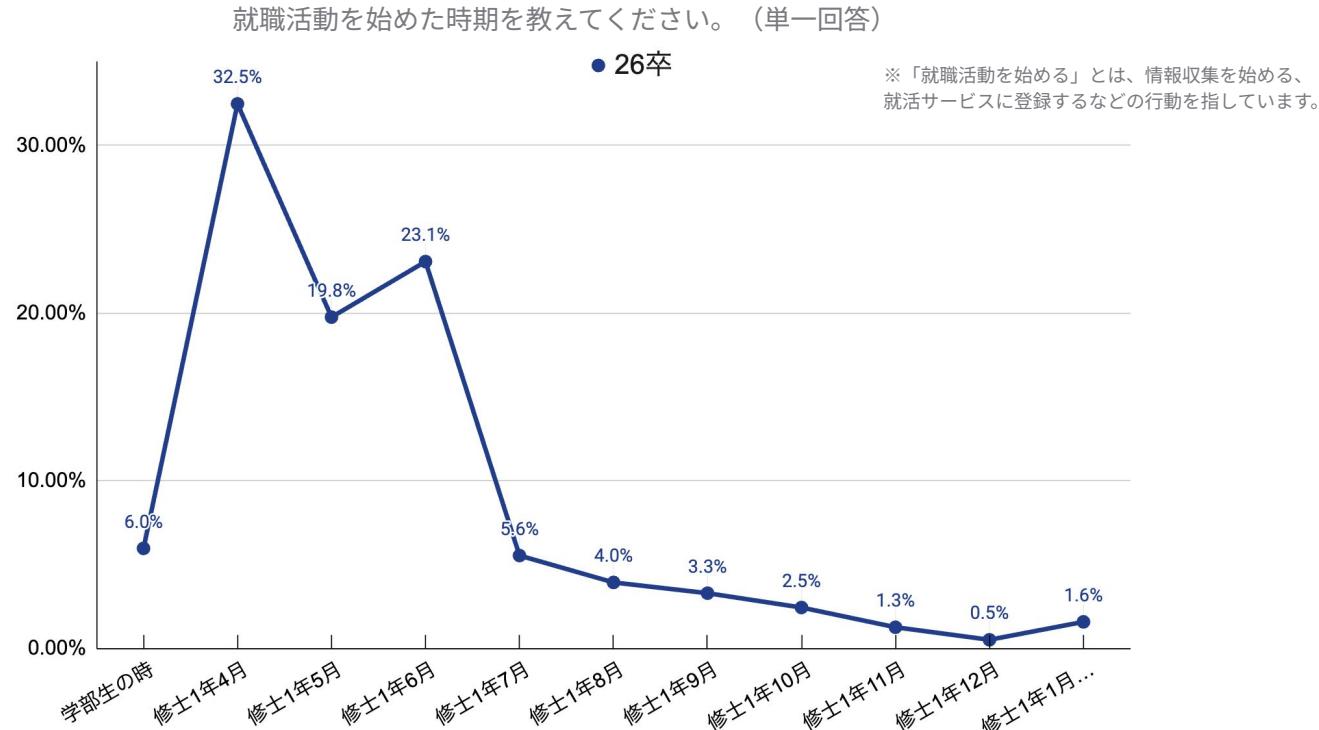
# 01

---

## 理系学生の 就職活動の状況

## 理系学生の就活の開始時期

6月までに約75%の学生が活動を開始  
ナビサイトの4月OPENに合わせ、4月開始が増加



02

---

## 有効活用のポイント

# イベントを活用した理想に向けてのステップ

## 中長期の 理想状態

ターゲット学生から就職先として認知されており、就職先の中でも志望度高く認識されている状態



### Step5：中長期の採用成功

採用プランディングの確立:就職先候補としての認知度がアップし、自然流入数が増えている。  
イベントノウハウの蓄積:現場社員の巻き込みを含むノウハウが蓄積され、魅力的なイベントが開催できる。

### Step4：XX卒の採用成功

イベントに参加した学生が就職先として貴社を認識し、志望度が高まっている状態。

### Step3：イベント後アトラクト

イベントに参加した学生に対して適切な受け皿を設定し、イベント後に実行する。

### Step2：イベント内アトラクト

イベント参加学生に対しての適切な訴求を検討し、イベント内で実行する。  
また、ターゲットに対して有効な「訴求」「時期」「チャネル」「アプローチ方法」に関する学びを得る。

### Step1：ターゲットアプローチ

採用したい人材像を明確化(スキル、専攻、価値観など)  
ターゲット学生が参加するイベントを活用

## 現状

本資料でお伝えするイベント活用Tips

# 【イベントを活用した理想に向けてのステップ

## Step1：ターゲットアプローチ

1. 採用したい学生像を明確化（スキル、専攻、価値観など）
2. イベントで得たい成果を設定（例：エントリー数の目標、学生への認知拡大）
3. ターゲット学生の参加が見込まれるイベントを選択

# イベントを活用した理想に向けてのステップ

## Step2：イベント内アトラクト -事前準備編-

### 準備によってイベントの質は変わる

#### 1. ターゲットに合った魅力の整理

- 理系学生に響く具体的な魅力を用意（例：専攻を活かせる仕事内容、キャリアパス）
- 競合との差別化ポイントを明確化

#### 2. 登壇者の調整とすり合わせ

- 適切な登壇者のアサイン
- 質問回答へのスタンスなどすり合わせ

#### 3. 会社紹介・自己紹介資料などの準備

- 1を踏まえた会社紹介
- 学生の質問ハードルを下げる自己紹介

## 登壇社員の人選

### 技術社員の人選を行う上で重視したいポイント

- 企業のこと、事業内容など詳しく説明できる
- 業界の全体感や他社と比較した上で自社の強みを理解している
- 一問一答のような端的なやりとりではなく、質疑応答が深い内容になるような工夫ができる

### 登壇者の組み合わせについて

- ルーム配置は人事+技術社員の2名セットが安心
  - 場慣れだけではなく、採用に関する質問にも的確に答えられるため
- **若手技術社員+ハイレイヤー社員を2名セットにするのも◎**
  - 若手とハイレイヤー社員との掛け合いで社風がリアルに伝わる
  - 社風の良さが入社の決め手になるケースが多い企業はこの形式がおすすめ

### 技術社員に登壇いただく場合に準備すること

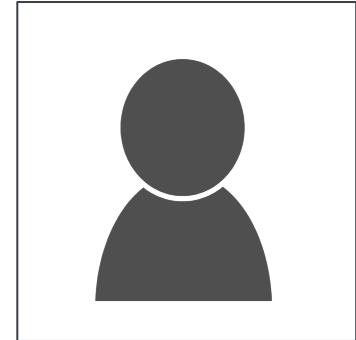
- 自己紹介資料の準備
- 接続状況・操作方法の確認（オンライン開催時）
- 認識のすりあわせ（質問回答へのスタンス、NG回答など）

# 技術社員の自己紹介資料\_フォーマット例

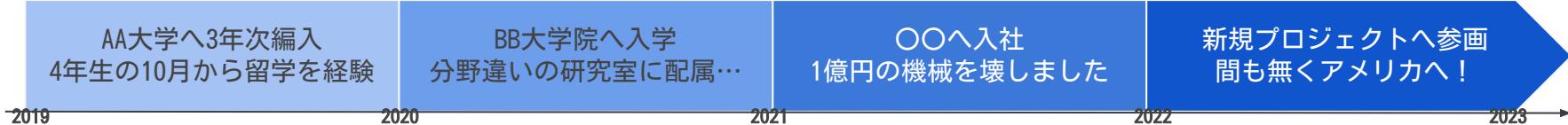
## 山田 太郎（やまだ たろう）

- 社歴：2022年4月入社（2年目）
- 出身大学：AA大学→BB大学院へ進学
- 専攻：電気電子情報工学
- 研究テーマ：耐放射線性を有したイメージセンサの作成
- 休日の過ごし方：チームメンバーとボードゲーム

この5つで基礎情報はOK  
→学生自身が共通点を見つけ出す



### ■ 経歴



- 就活の軸：自由に仕事ができる環境かどうか（AA社とBB社も第一志望群でした）
- 入社の決め手：他社と比較してもやりたいことがすぐにできる環境だったこと

正直なコメントを！  
→潜在層へのアプローチに

## 【技術社員との事前すり合わせ

### 参加学生の属性や質問回答のスタンスを事前にすり合わせしましょう

- **学生の居心地を最重視しましょう**

イベントが初の接点になる学生が多い/様々な専攻の学生が参加される場合  
自分と関係の無い話が続くと居心地の悪さに繋がります。

- **「ぶっちゃけ」はプラスに繋がるか考えて話しましょう**

学生の緊張を解そうとぶっちゃけ話をしてくださる技術者の方が多いです。  
回答NG事項がある場合は事前に人事-技術社員間ですり合わせを行いましょう。

# 【イベントを活用した理想に向けてのステップ

## Step2：イベント内アトラクト -当日編-

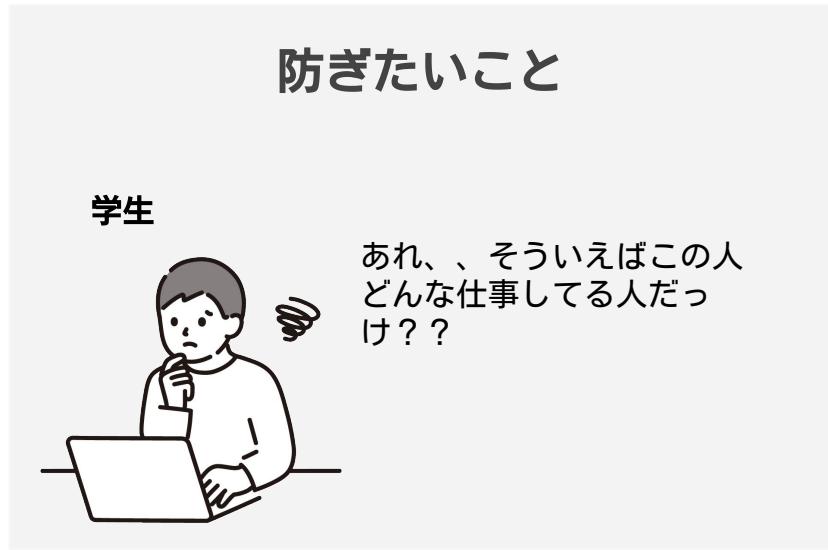
理系学生目線で考えて、コミュニケーションしやすいイベントに

- ①Web会議の表示名を有効活用する
- ②イベント時のルールを明確に提示しておく
- ③アイスブレイクにこだわる
- ④座談会は、"企業側"から話しかけてキャッチボールを
- ⑤座談会は、可能な限り少人数で実施する

## 理系学生目線で考えて、コミュニケーションしやすいイベントに

### ①Web会議の表示名を有効活用する

Web会議の表示名に登壇社員の所属部署や職種を入れて質問しやすくしましょう。  
同じルームに複数の社員が参加する際は特に効果を發揮します。



## 理系学生目線で考えて、コミュニケーションしやすいイベントに

### ②イベント時のルールを明確に提示しておく

「挙手ボタンの順番でお名前を呼ぶので、ミュートを解除して質問してください！」など  
座談会のグランドルールを共有しておくと安心して参加できます。

#### 防ぎたいこと

学生



(周りの学生の様子を見ながら)  
今日って発言していいのかな?  
チャットに質問していいのかな?

#### ポイント

学生は、まず周囲の様子を伺うもの。  
「自分以外の学生からの見られ方」を気にしています

## 理系学生目線で考えて、コミュニケーションしやすいイベントに

### ③アイスブレイクにこだわる

スタートからインタラクティブな雰囲気を作りましょう！



〈リアクション機能〉と〈チャット〉を徹底活用がおすすめ

例) 社名を聞いたことがある方はリアクションを押してください

例) 皆さんの専攻が知りたいのでチャットに記載してください

## 理系学生目線で考えて、コミュニケーションしやすいイベントに

④座談会は、"企業側"から話しかけてキャッチボールを  
「皆さんの研究を一言で簡単に教えて！」など学生を指名し、  
企業側から話しかけましょう。一気に雰囲気が軽くなります。

### 防ぎたいこと

学生

最初ちょっと気まずい空気だ...



「気まずいから」質問する学生が出てきて、より一層気まずい空気には



冒頭から気まずい雰囲気で  
結局最後まで話しにくかったな...



### ポイント

- ・「ミュートを外して言葉を発する」ハードルを下げる
- ・学生の言葉にリアクションするなど、会話のキャッチボールは必須！
- ・人数が少なければ全員と会話するのもGood

## 理系学生目線で考えて、コミュニケーションしやすいイベントに

### ⑤座談会は、可能な限り少人数で実施する

LabBase運営へのイベント要望で多い回答は「座談会をもっと少人数で行いたい」  
セミナーと座談会の棲み分けができているかぜひチェックをお願いします。



#### ポイント

自分の質問時間は長くないか  
他の学生から変な質問だと思われないか？

などの不安を払拭するために、  
なるべく少人数で実施することは効果的

## 【座談会進行の具体的なイメージ】

### 質問が出ない際のトークテーマ例

「イベントに参加したからこそ得られた情報」として満足感に繋がるものがおすすめ

- **具体技術/事業**  
①業務で使用している技術や勉強方法など  
②社内で注目されている事業や新規事業の紹介
- **若手社員の就活相談**  
①就活していた時に見ていた企業や、就活軸など体験談  
②選考で聞かれたことなどリアルな体験談
- **人事**  
活躍している社員の特徴や選考で重視しているポイントなど

# イベントを活用した理想に向けてのステップ

## Step3：イベント後アトラクト

### 1. 迅速なフォローアップ

イベント後、学生の熱量が高いうちにお礼や次回接点（早期選考や別イベントなど）についてのご連絡

### 2. 定期的な接触

メールなど、定期的な接触で関心を維持。

### 3. データの整理と振り返り

学生アンケートなどを元に、良かった点・改善点などを分析し、次回への改善点や新たな訴求ポイントを検討

# イベントを活用した理想に向けてのステップ

## 中長期の 理想状態

ターゲット学生から就職先として認知されており、就職先の中でも志望度高く認識されている状態



### Step5：中長期の採用成功

採用プランディングの確立:就職先候補としての認知度がアップし、自然流入数が増えている。  
イベントノウハウの蓄積:現場社員の巻き込みを含むノウハウが蓄積され、魅力的なイベントが開催できる。

### Step4：XX卒の採用成功

イベントに参加した学生が就職先として貴社を認識し、志望度が高まっている状態。

### Step3：イベント後アトラクト

イベントに参加した学生に対して適切な受け皿を設定し、イベント後に実行する。

### Step2：イベント内アトラクト

イベント参加学生に対しての適切な訴求を検討し、イベント内で実行する。  
また、ターゲットに対して有効な「訴求」「時期」「チャネル」「アプローチ方法」に関する学びを得る。

### Step1：ターゲットアプローチ

採用したい人材像を明確化(スキル、専攻、価値観など)  
ターゲット学生が参加するイベントを活用

## 現状

本資料でお伝えしたイベント活用Tips

# 03

---

## 各課題に応じた おすすめイベント

# LabBaseのイベントラインナップ

LabBase Expo		LabBase mini Expo	LabBase Now	LabBase Career Draft	スピードマッチング面談会	LabBase Summit
形式	フルマッチ型 大規模座談会	フルマッチ型 小～中規模座談会	少人数座談会	1on1（個別面談）	1on1（個別面談）	オンライン合同説明会
ターゲット 学生	<u>分野・職種別</u> に 複数回開催	<u>分野・職種別</u> に 複数回開催	<u>個社毎に 個別設定</u>	<u>優秀なエンジニア</u> (AI/DS職)	<u>テーマ別に 複数回開催</u>	<u>500名程度が参加</u> (専攻不問)
接触 学生数	40～120名	20～30名	6～20名	14名	最大12名	平均85名 接触 (2022年10月開催)
企業数	4～6社	3社	1社	6～12社	最大12社	30社程度

## 各課題に応じたおすすめイベント

①

- ・できるだけ少ない工数で理系学生との接触数を増やしたい

②

- ・イベント後の次回接触移行率に課題がある
- ・少ない人数でも自社とマッチする学生に接触したい

③

- ・優秀なスキルを有している学生を採用したい

## 課題①

# できるだけ少ない工数で理系学生との接触数を増やしたい

	LabBase Expo	LabBase mini Expo	LabBase Summit
形式	フルマッチ型 大規模座談会	フルマッチ型 小～中規模座談会	オンライン 合同説明会
ターゲット 学生	<u>分野・職種別</u> に 複数回開催	<u>分野・職種別</u> に 複数回開催	<u>500名程度が参加</u> (専攻不問)
接触 学生数	40～120 名	20～30 名	平均85名 接触 (2022年10月開催)
企業数	4～6 社	3社	30社程度

# LabBase Expoの特徴

## ①自社単体では集めにくい母集団の形成



大手企業/BtoB優良企業など  
4-6社が参加

## ②専攻/テーマ別の集客



機電系、理系女性など専攻やテーマに合わせて学生を集客

## ③フルマッチング形式



40-120名の理系学生全員に自社の紹介ができるフルマッチング形式

# LabBase Expoの開催イメージ

	学生グループ1	学生グループ2	学生グループ3	学生グループ4	学生グループ5
イントロダクション・オープニング					
企業紹介 1社5分					
企業別ターム① 25分	A社	B社	C社	D社	E社
企業別ターム② 25分	E社	A社	B社	C社	D社
企業別ターム③ 25分	D社	E社	A社	B社	C社
企業別ターム④ 25分	C社	D社	E社	A社	B社
企業別ターム⑤ 25分	B社	C社	D社	E社	A社
クロージング					

# Expo開催テーマ

## メーカーにおすすめ

- ・メーカー
- ・機電キャリアトーク
- ・生産技術職
- ・機電×化学業界
- ・半導体業界
- ・グローバルメーカー
- ・インフラ業界
- ・メーカー×IT職
- ・化学工学
- ・メーカー×設計開発職
- ・トップシェアBtoB

## IT職採用におすすめ

- ・IT
- ・セキュリティ領域
- ・データサイエンス/AI
- ・システムエンジニア

## その他

- ・コンサル業界
- ・キャリアトーク
- ・ビジネス職

# mini Expo開催テーマ

## メーカーにおすすめ

- ・モビリティ
- ・プラントエンジニア
- ・製造業のデジタル化/  
スマートファクトリー
- ・化学専攻
- ・クリーンエネルギー業界
- ・ロボティクス領域

## その他

- ・ベンチャー
- ・技術営業/マーケティング

## 過去Expo参加者の声



学生

- ブレイクアウトルームに分けて少人数で説明されてたのが非常に良かった。質問しやすい。
- 理系はBtoB企業が多く知らない会社が多い のでよりこのような説明会が増えると嬉しい。
- チャットでも質問ができるのは質問へのハードルが下がる ので良いと思う



企業

- 他社さんとのコラボ は自社だけではできないのでよかったです
- 全社の説明を聞いてもらえるように設計 いただけていたことが大変良かったです。
- オンラインならではのコミュニケーションの難しさはあるが、  
全国各地の学生と容易にコミュニケーションをとれる 点はかなりのメリットを感じる。
- アンケートを実施くださるので、オフラインイベントより数値管理もしやすい です。

## 課題①

# できるだけ少ない工数で理系学生との接触数を増やしたい

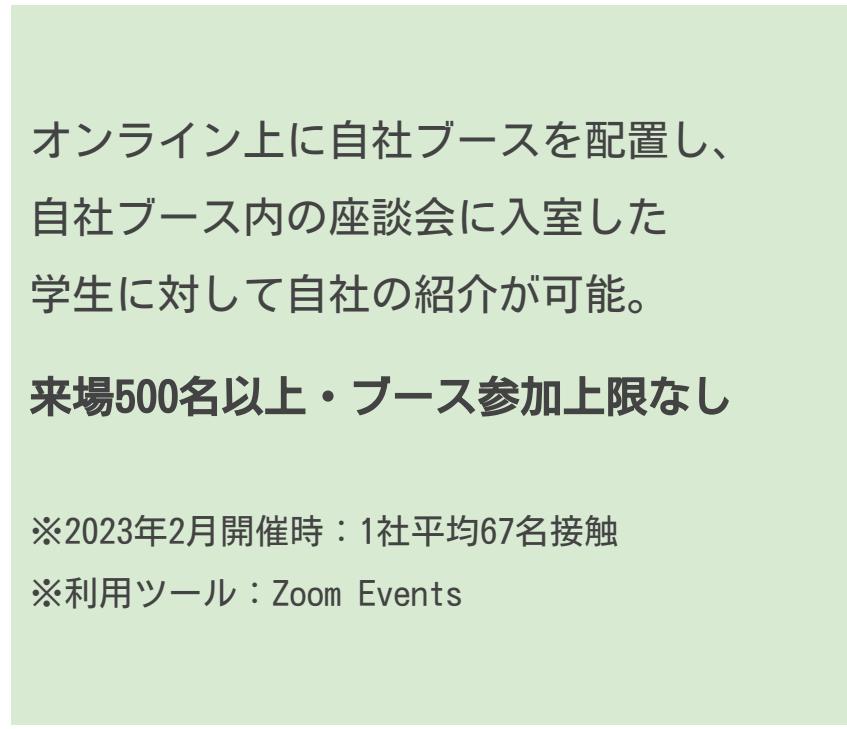
	LabBase Expo	LabBase mini Expo	LabBase Summit
形式	フルマッチ型 大規模座談会	フルマッチ型 小～中規模座談会	オンライン 合同説明会
ターゲット 学生	<u>分野・職種別</u> に 複数回開催	<u>分野・職種別</u> に 複数回開催	<u>500名程度が参加</u> (専攻不問)
接触 学生数	40～120 名	20～30 名	平均85名 接触 (2022年10月開催)
企業数	4～6 社	3社	30社程度

# LabBase Summit 概要

## 理系学生500名以上が参加するオンライン合同説明会



※画像はイメージです。



## Summit内での送客方法

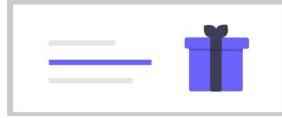
イベント内では、以下の取り組みを通して各社ブースへ学生を送客

### 特別講座



入退場自由のイベントであるが、特別講座を実施することで、学生のイベント滞留/回遊を促進

### ブース回遊特典



指定企業を含む、複数企業を訪問した学生に特典をプレゼント  
※指定企業は学生によって異なり、学生数が均等になるよう振り分けます

### 抽選特典



参加学生の中から抽選で特典をプレゼント。学生のイベント滞留/回遊を促進

### 会社情報まとめ



参加企業の募集情報/選考特徴をまとめて申込学生へ共有

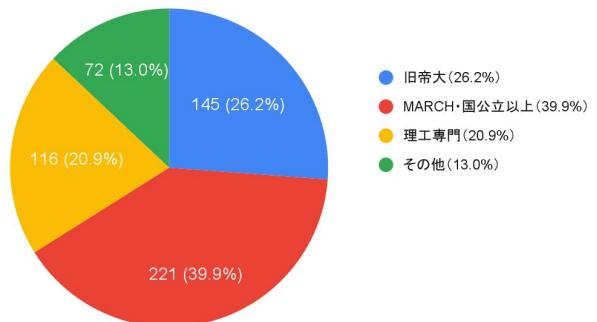
### チャット/DM



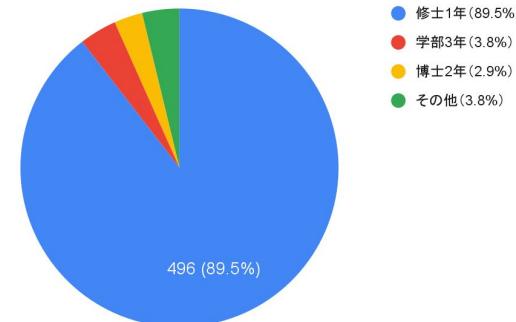
運営から学生に対し、回遊を促すチャットを送付

# LabBase Summit 昨年2月開催実績 554名参加 (986名申し込み)

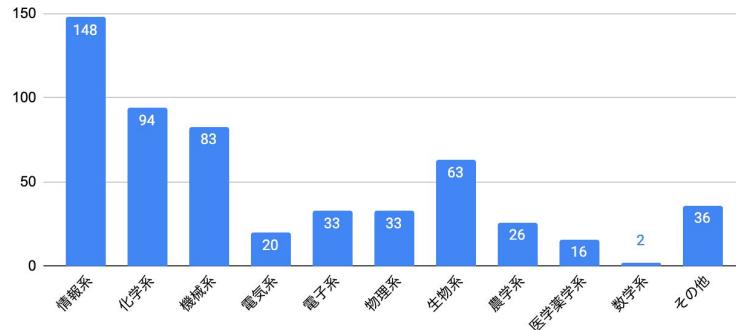
大学区分ごと



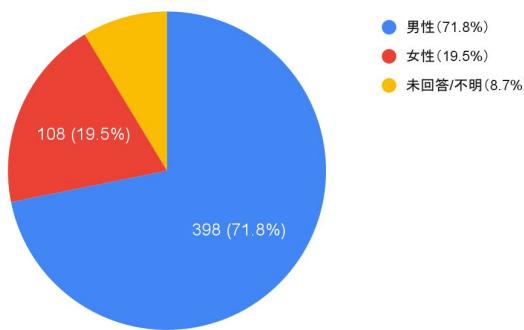
学年ごと



専攻区分ごと



性別ごと



# まとめ

## メリット：

少ない工数で多くの学生と接点が持てる

複数社開催であるため、自社だけでは接触できない学生とも接点が持てる・認知形成ができる

## デメリット：

1社あたりの持ち時間が限られており、限られた時間の中で興味づけを行う必要がある

他参加企業と比較されやすいため、訴求が明確になっていない場合は学生の印象に残りづらい

	LabBase Expo	LabBase mini Expo	LabBase Summit
形式	フルマッチ型 大規模座談会	フルマッチ型 小～中規模座談会	オンライン 合同説明会
ターゲット 学生	<u>分野・職種別</u> に 複数回開催	<u>分野・職種別</u> に 複数回開催	<u>500名程度が参加</u> (専攻不問)
接触 学生数	40～120 名	20～30 名	平均85名 接触 (2022年10月開催)
企業数	4～6 社	3社	30社程度

## 課題②

- ・イベント後の次回接触移行率に課題がある
- ・少ない人数でも自社とマッチする学生に接触したい

	LabBase Now	スピードマッチング 面談会
形式	少人数座談会	1on1（個別面談）
ターゲット 学生	個社毎に <u>個別設定</u>	<u>テーマ別に</u> <u>複数回開催</u>
接触 学生数	6-20名	最大12名
企業数	1社	最大12社

## LabBase Nowの特徴

# 個社開催の少人数座談会イベント これらの四つ全てをお手伝いします

### 企画

#### 事前すり合わせ内容

- ・ ターゲット学生の確認
- ・ 訴求・魅力の確認
- ・ テーマ、登壇者確認
- ・ イベントタイトル案、  
イベントページの文章案

### 集客

#### 4つの集客方法

- ・ イベントページでの  
学生からの応募
  - ・ メルマガ配信
  - ・ 類似イベント内での  
紹介
  - ・ 個別スカウト
- ※一部アマギフ付与有

### 運営

#### 運営

- ・ 当日の司会は弊社に  
て実施
- ・ 学生への告知～退出  
までフォロー
- ・ イベント運営経験が  
ない企業のノウハウ  
に

### 振り返り

#### 学生アンケートの共有

- ・ アンケート結果と参加学  
生の個人情報は、イベン  
ト管理画面経由でお渡し

# LabBase Nowの特徴

## ①個社カスタマイズ企画



各社の採用要件を  
ヒアリングして、企画を作成  
開催日も自由に選択可能

## ②十分な学生との接触時間



単独開催で1.5時間  
じっくり学生と話ができる  
※平日18:00-19:30開催

## ③高い選考遷移率



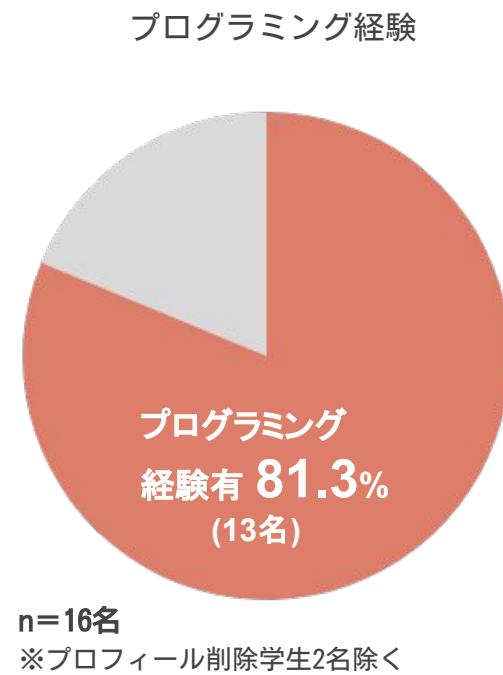
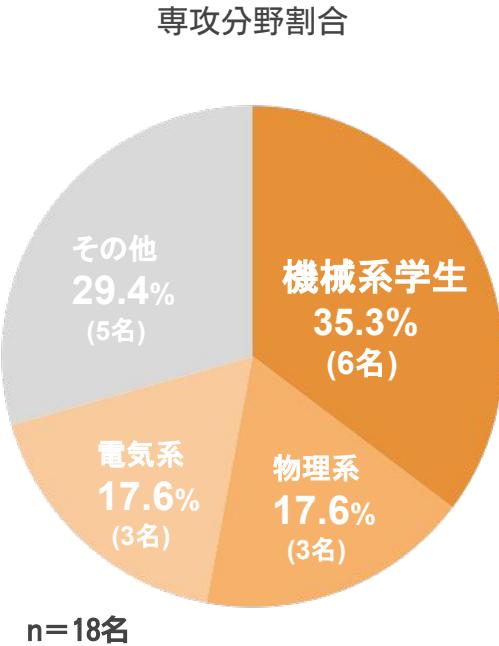
イベント後学生アンケート  
選考/インターンへの  
エントリー希望 平均 **60%**

# LabBase Now 開催事例①：設計開発職志望学生向けイベント（1月）

設計開発職志望の学生に訴求し、ターゲットである **機械・物理・電気系学生** にアプローチ

無線メーカー  
・従業員数：130名  
・参加学生数：18名

企画タイトル  
設計開発職志望の学生必見！「無線通信技術」で日本の教育やインフラの未来を支える仕事の魅力に迫る座談会



## 開催事例②：電子・電気・情報系学生向けイベント（11月）

参加者22名中 **59%(13名)** がターゲットの **電子・電気・情報系学生**  
全体で **72.7%(16名)** の学生が選考へエントリーを希望

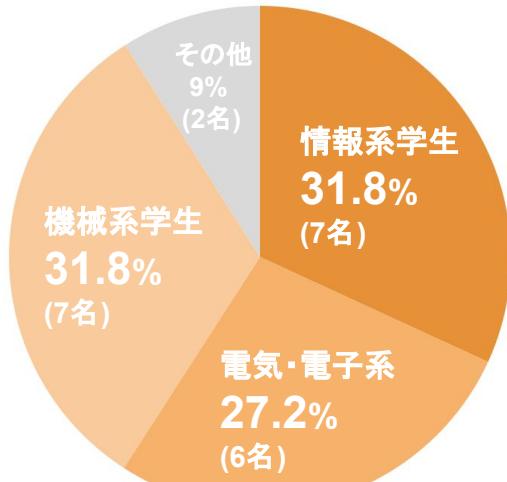
### 輸送機器メーカー

- ・従業員数：約3万名
- ・参加学生数：22名

### 企画タイトル

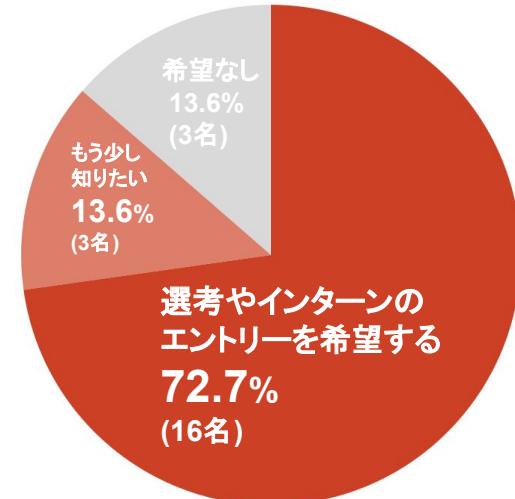
【電気・電子、情報系学生向け】 安心と愉しさを支える先端技術と多様な専門性！  
社員との座談会を通してxxx(企業名)らしさをご紹介します

### 専攻分野割合



n=22名

### 選考移行率



n=22名

## 課題②

- ・イベント後の次回接触移行率に課題がある
- ・少ない人数でも自社とマッチする学生に接触したい

LabBase Now		スピードマッチング 面談会
形式	少人数座談会	1on1（個別面談）
ターゲット 学生	個社毎に <u>個別設定</u>	<u>テーマ別に</u> <u>複数回開催</u>
接触 学生数	6-20名	最大12名
企業数	1社	最大12社

# スピードマッチング面談会の特徴

## 追加母集団形成＆スピード内定を目指す、オンライン個別面談イベント

### ①追加の母集団形成が可能

イベントに参加する

学生の中から

**最大12名**と個別面談できる

### ②1on1形式で魅力付け・見極め

話したい学生と個別面談で

**40分間**じっくり話せる

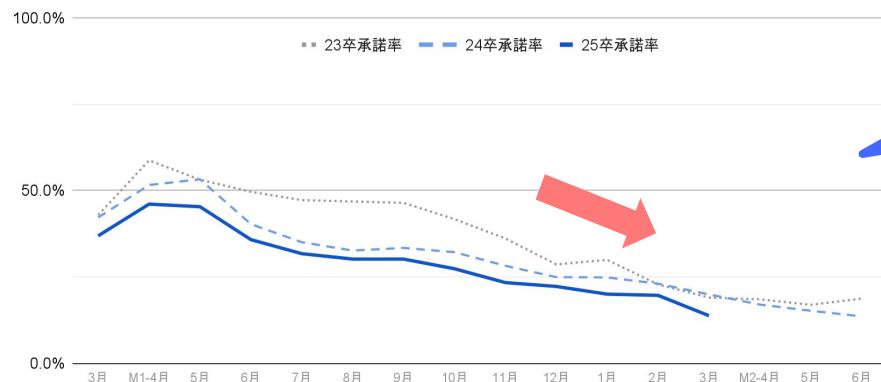
### ③学生の選考参加意欲が高い

2025年3月時点で

**積極的に企業探しをしている**

26卒理系学生が参加

【23～25卒】スカウト承諾率



学生の活動量が落ち込む3月以降、確実に学生と接続いただけるチャンスです！

参照：LabBase-Product-Data\_23-25卒

### ◆開催日程◆

2025/3/11(火) IT職志望学生向け  
2025/3/19(水) メーカー志望学生向け

# スピードマッチング面談会 開催事例

## 参加企業の声と学生属性

事例①

「<ITコンサルティングやソリューション提供する企業様>」  
複数内定を持っていても「本当にこの会社で良いのかな」と迷いのある  
学生さんに対し、1on1でしっかりアトラクトでき、  
最終的に「人柄、会社の雰囲気、人事の方の誠実な対応」で弊社に入社  
を決めて頂いた。

事例②

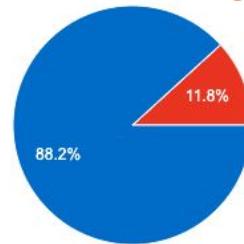
「<ネットワーク、インフラ事業を提供する企業様>  
優秀な学生様がご参加されており、スキルなどは問題ないと感じた。  
会いたい学生様と次回接触も約束もできたのでこれからの選考に期待  
したい。」

### 学生傾向

- まだ内定を持っていない学生が9割弱
- 2023年2月に就活開始をした学生が  
最も多い

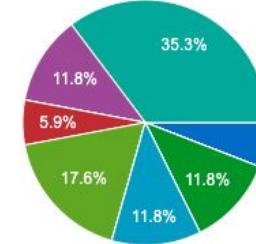
あなたの現時点での就活状況をご選択ください。

17 件の回答



あなたが就職活動を始めたのはいつですか？

17 件の回答



- 2022年11月
- 2022年12月
- 2023年1月
- 2023年2月
- 2023年3月

▲ 2/2 ▾

# まとめ

## メリット：

- ・自社のターゲットに合致する学生と接点を持ちやすい
- ・学生と密に双方向のコミュニケーションが取れる→次回接触に繋げやすい

## デメリット：

- ・ExpoやSummitと比較して接触可能人数が少ない。
- ・また、前述イベント比較して参加前の準備工数が多少増える

	LabBase Now	スピードマッチング 面談会
形式	少人数座談会	1on1（個別面談）
ターゲット 学生	個社毎に <u>個別設定</u>	<u>テーマ別に</u> <u>複数回開催</u>
接触 学生数	6-20名	最大12名
企業数	1社	最大12社

## 課題③

# 優秀なスキルを有している学生を採用したい

LabBase Career Draft	
形式	1on1（個別面談）
ターゲット 学生	<u>優秀なエンジニア</u> (AI/DS職)
接触 学生数	最大14名
企業数	6-12社

# キャリアドラフトの特徴

## ①自社単体では集めにくい超優秀学生に会える

メガベンチャー/大手研究所など  
6-12社が参加



## ②選抜を通して 優秀さを担保

通過倍率約4倍の選抜を実施



## ③1on1形式で 魅力付け・見極め

話したい学生と1on1で  
30分間じっくり話せる



# キャリアドラフトの過去事例



## 実績

※2019年9月開催

- ・当日16名参加
- ・イベント経由、計3名の内定
- ・3/4の企業が後の内定者のアトラクトに成功

## 内定者

- ・大手IT企業様 → Kaggle入賞経験、情報系学生
- ・メガベンチャー様 → 人工知能学生団体 Halt 参加情報系学生
- ・大手電機メーカー様 → 電気・情報関係学会北海道支部連合大会  
若手優秀論文発表賞 受賞学生

# まとめ

## メリット：

- ・選抜を通過した優秀な学生と面談できる
- ・学生と密に双向のコミュニケーションが取れる→次回接触に繋げやすい

## デメリット：

- ・ExpoやSummitと比較して接触可能人数が少ない。
- ・技術領域について深い話ができる社員のアサインが必要

LabBase Career Draft	
形式	1on1（個別面談）
ターゲット 学生	<u>優秀なエンジニア</u> (AI/DS職)
接触 学生数	最大14名
企業数	6-12社



# LabBase 就職

## LabBase就職のスカウトサービスが提供する価値

企業側・学生側の双方から能動的にアプローチすることが可能



### 「工数をかける」か「低いマッチ度の許容」かのトレードオフ

#### 手間 かかる

優秀そうにたくさんアプローチ  
したいが、手間がかかるし、  
現場の協力も得にくい

#### 工数 がない

採用業務が多く、人手も不足  
ダイレクトリクルーティングは  
さらに工数がかかる

#### 専門性 が高すぎる

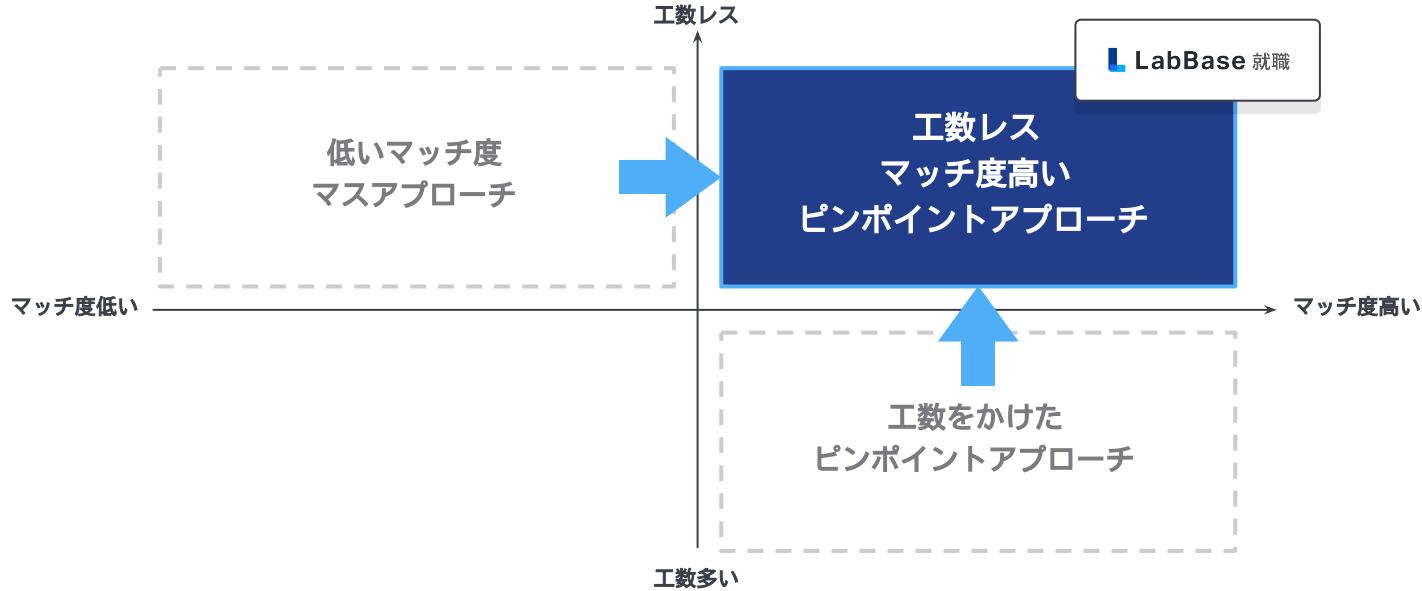
ジョブ/コース別採用等が加速  
現場からのオーダーを理解しきれない、  
応えきれない

工数をかけて  
ピンポイントアプローチ

低いマッチ度  
効率優先でマスアプローチ

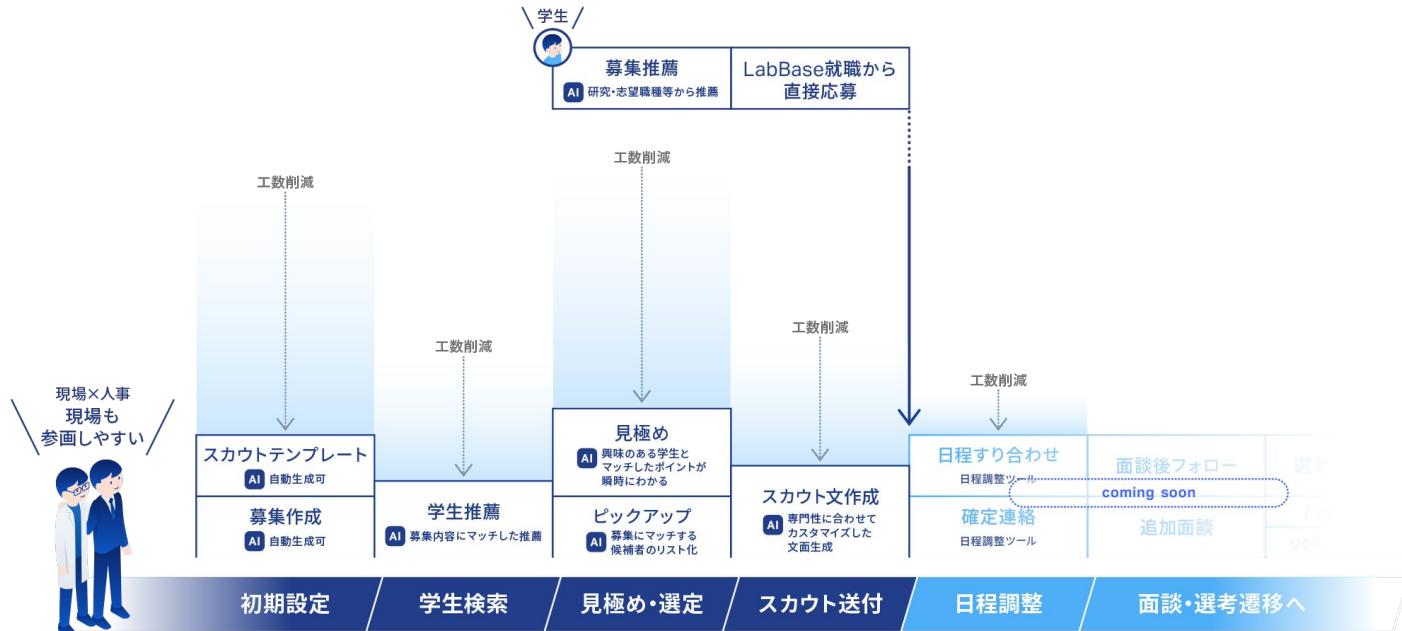
## LabBase就職のスカウトサービスが提供する価値

マッチ度が高いピンポイントアプローチを  
少ない工数で実現し、量と質を両立する



## 補足：採用プロセスの工数削減に向けたプロダクト開発

# 採用プロセスを、シンプルかつ高い精度へ まずはアプローチまでのプロセスを進化



## 理系専門職の採用に、効率的・効果的なアプローチができる

特徴  
**1**

国内理系大学院生の  
**約50%**が  
登録<sup>※1</sup>

特徴  
**2**

研究内容/  
スキルがわかる  
**豊富な**  
プロフィール

特徴  
**3**

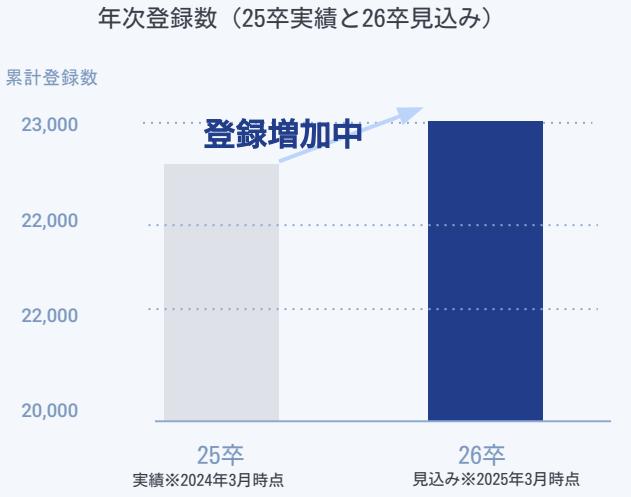
スカウトの  
返信率は  
**約40%**

## 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**<sup>※1</sup> %  
が登録

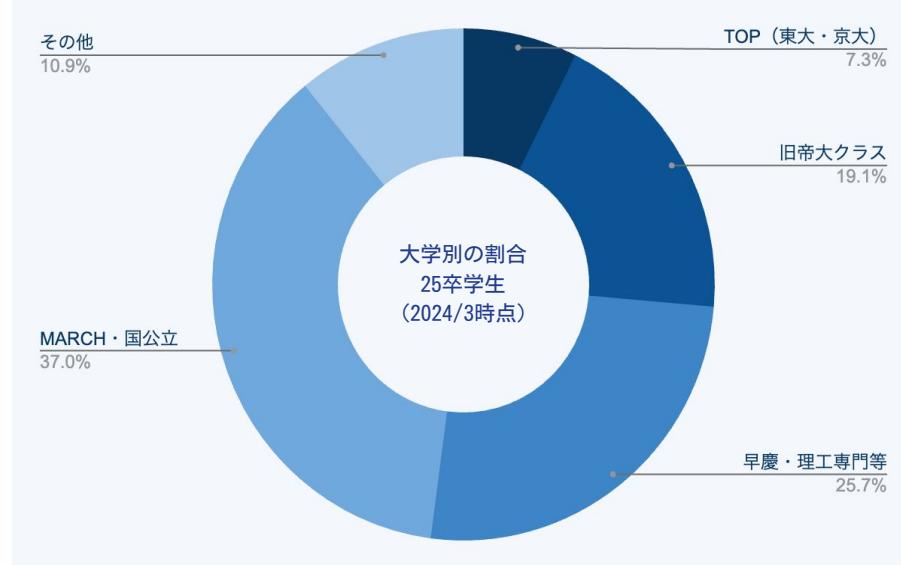


### 機電・情報系を中心に、地方国公立以上の理系学生が登録

機電・情報系を中心に、幅広い専攻の学生が登録



MARCH・国公立以上の学生が80%超え



## 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。



The screenshot displays a detailed academic profile for a student named 田村 優 (Taro Tanaka). The profile includes a profile picture, basic information (University of Tokyo, Faculty of Engineering, Major: Mechanical Engineering, Minor: Energy Engineering, Year: 2019), and a research summary. The research summary is titled '副室式着火ガスエンジンにおけるトーチ火炎の挙動について' (Dynamics of the torch flame in a secondary chamber ignition gas engine) and is categorized under 'Mechanical Engineering', '船' (Boat), 'エンジン' (Engine), and '熱力学' (Thermodynamics). The profile also lists research interests: '製品' (Product), '研究' (Research), and '技術' (Technology). The research section is titled '研究を選んだ理由' (Reason for choosing research) and lists three main reasons: 1. 制約 (Constraints), 2. 研究 (Research), and 3. 海外 (Overseas). The text in this section discusses the use of Python for data analysis, the implementation of large-scale data analysis using Python and R, and the development of programming skills. The '就職先' (Employment prospects) section is titled '研究から学んだこと' (Things learned from research) and discusses the development of basic data analysis skills, including欠損値处理 (Handling missing values), categorical conversion (Categorical conversion), and regression analysis (Regression analysis). It also highlights the use of Stata for statistical analysis and the development of skills in programming languages like Python and R, as well as the use of various programming languages in research.

## 特徴③：スカウトで魅力を伝えやすい

厳選されたスカウトのみ  
学生に届くため知名度に限らず  
自社の魅力を伝えやすい

サービス全体で個別カスタマイズするスカウトを推奨。  
各社制限されたスカウト通数の中で利用しているため、  
スカウト流通が少なく開封されやすい。  
学業が忙しい理系学生目線に合わせたスカウト受信環境です。

### LabBase 就職

平均約9通<sup>※1</sup>

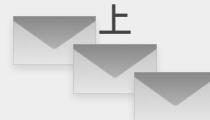


学生のスカウト開封率  
90%<sup>※2</sup>

学生の返信率  
40%<sup>※3</sup>

### 他社スカウトサービス<sup>※4</sup>

平均約40通以

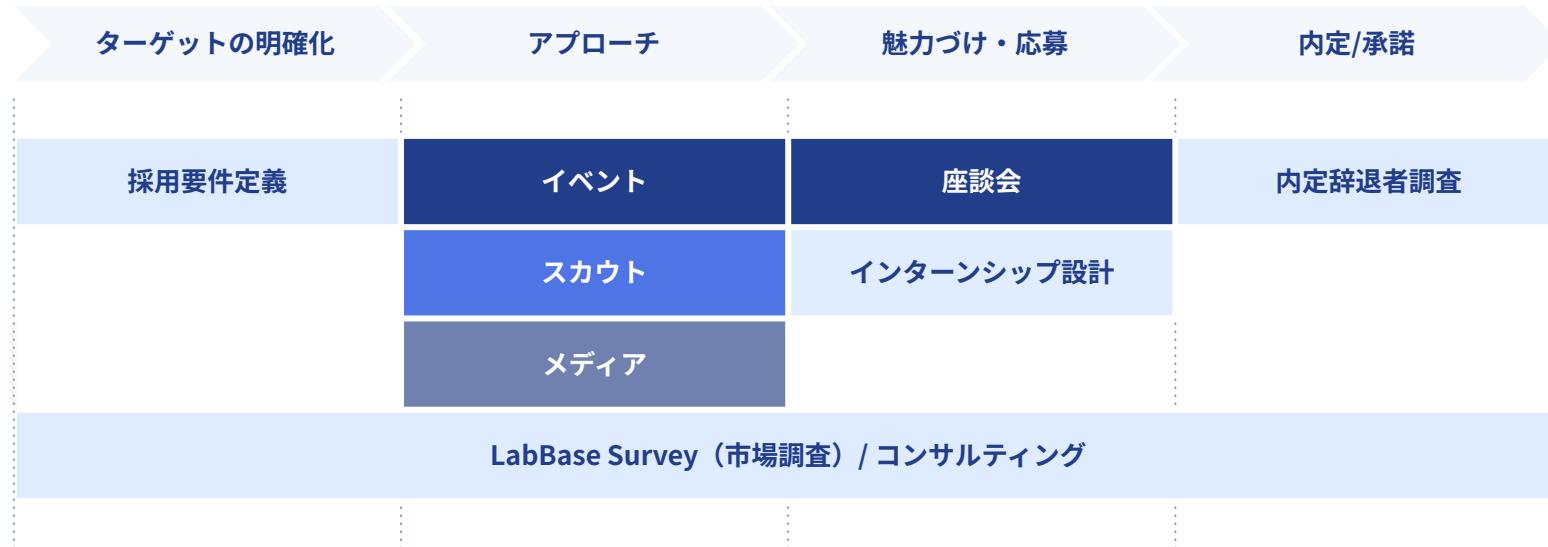


# LabBase就職はこれらを根本から一気通貫で解決します



# 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



# 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年京都生まれ。大学勤務者の両親を持ち、幼少期より數学者を志す。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（旧POL）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

**L** LabBase 就職

**L** LabBase 転職

**L** 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