

成功事例でわかる！27卒理系採用 製造業のスカウト戦略

「」VOLLECT × LabBase 就職



株式会社VOLLECT
新卒採用支援チーム リーダー
浅香 健人



株式会社LabBase
セールス&マーケティングユニット セールス担当
岸本 雅史

アジェンダ

1. 理系学生の最新動向と採用トレンド (by LabBase)
 - a. 理系学生の志向・動向
2. 製造業での理系学生採用を成功させる採用戦略 (by VOLLECT)
 - a. 3つのポイント
 - b. 事例紹介

27卒採用の展開予想

27卒採用における展開の予想

1

就活 スタート時期

就活スタート時期は昨年に引き続き 4~6月に集中
特に4月スタートが早まる(ナビサイトのOPEN時期に合わせる)
企業にとっては早期からの情報露出が重要

2

サマー インターン

学生との接点獲得、惹きつけのための重要な施策として位置付けられる
惹きつけには、職場体験型(5days以上)と就業疑似体験型(1~3days)の組み合わせ

3

体験設計

サマーインターンを開催して終わりではなく、内定までの時期別のコンテンツや学生の体験設計が
重要
ただインターンを実施する、ただ早期選考を実施するだけでは無い設計

4

選考～ 意思決定

サマーインターン参加者を対象に 10~11月で選考を行う企業が増える
入社意思決定は2~3月にピークを迎えるのでは → 配属確約は意思決定の鍵になる

27卒採用における展開の予想

1

就活 スタート時期

就活スタート時期は昨年に引き続き 4~6月に集中
特に4月スタートが早まる(ナビサイトのOPEN時期に合わせる)
企業にとっては早期からの情報露出が重要

2

サマー インターン

学生との接点獲得、惹きつけのための重要な施策として位置付けられる
惹きつけには、職場体験型(5days以上)と就業疑似体験型(1~3days)の組み合わせ

3

体験設計

サマーインターンを開催して終わりではなく、内定までの時期別のコンテンツや学生の体験設計が
重要
ただインターンを実施する、ただ早期選考を実施するだけでは無い設計

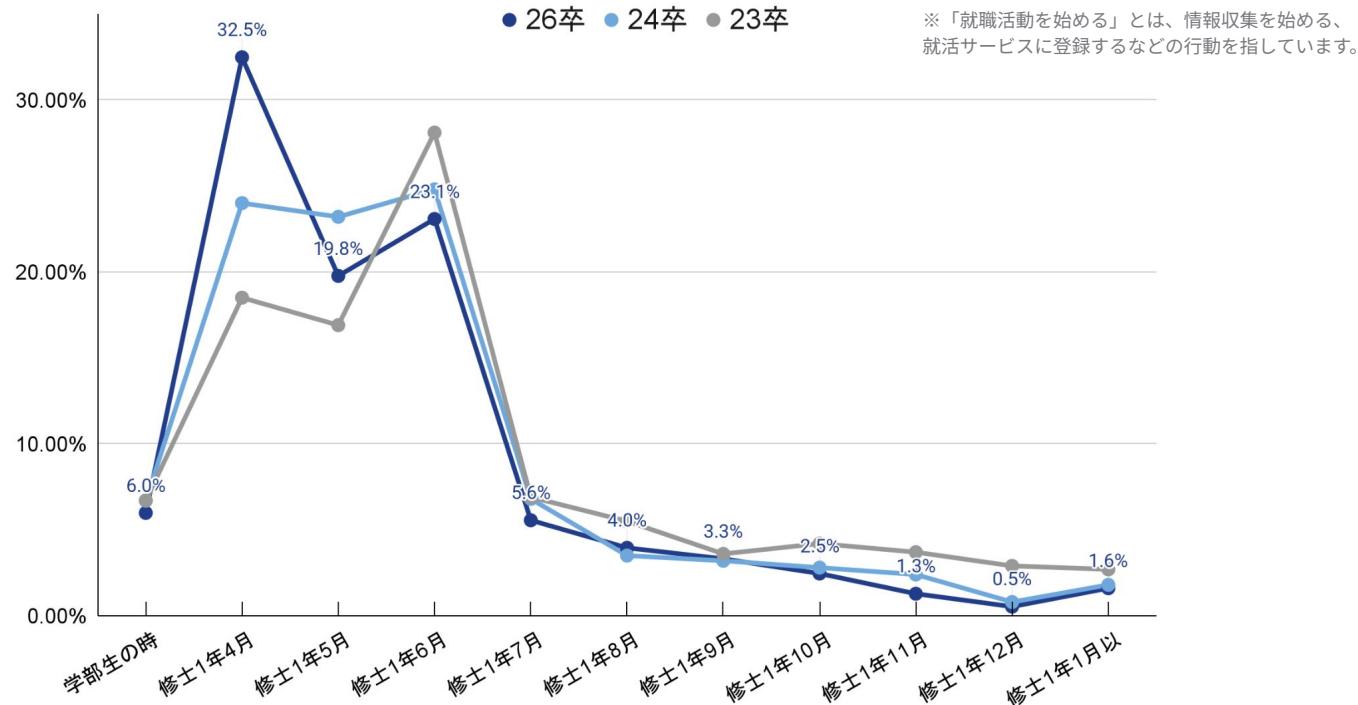
4

選考～ 意思決定

サマーインターン参加者を対象に 10~11月で選考を行う企業が増える
入社意思決定は2~3月にピークを迎えるのでは → 配属確約は意思決定の鍵になる

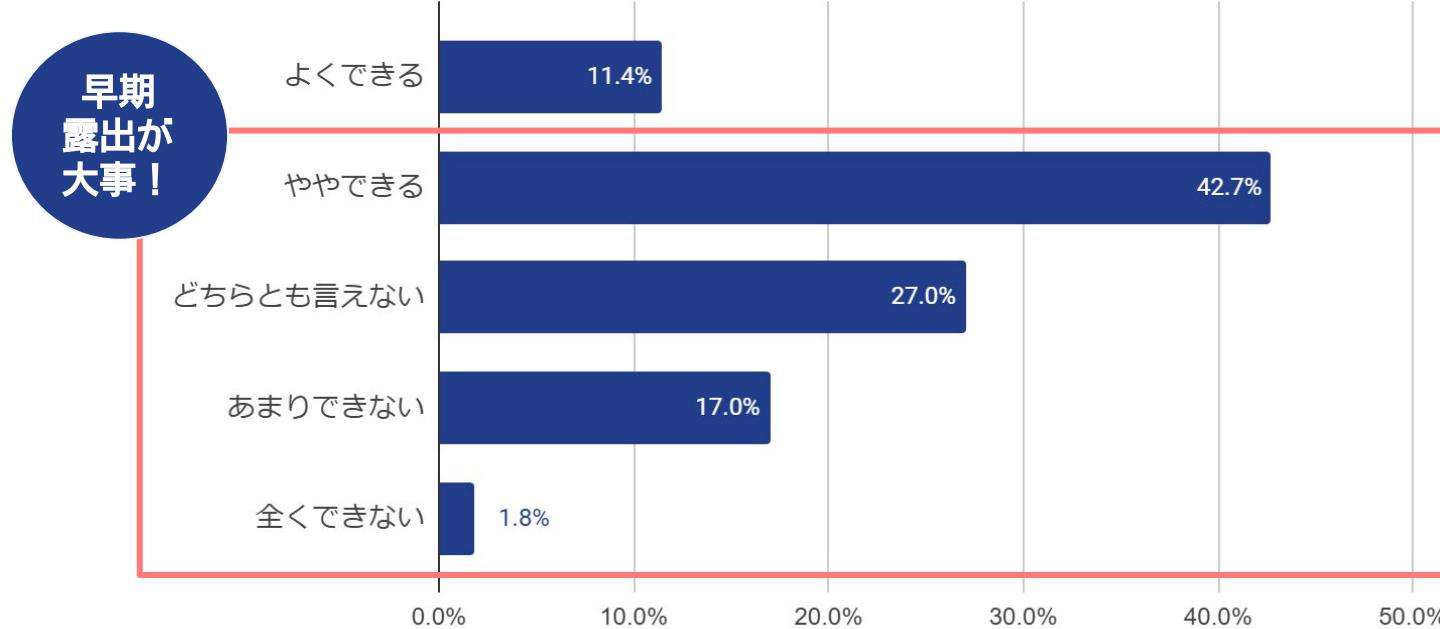
6月までに約75%の学生が活動を開始 ナビサイトの4月OPENに合わせ、4月開始が増加

就職活動を始めた時期を教えてください。（単一回答）



約60%が掲載されている情報だけでは、 働くイメージや仕事内容の理解に不安を感じている

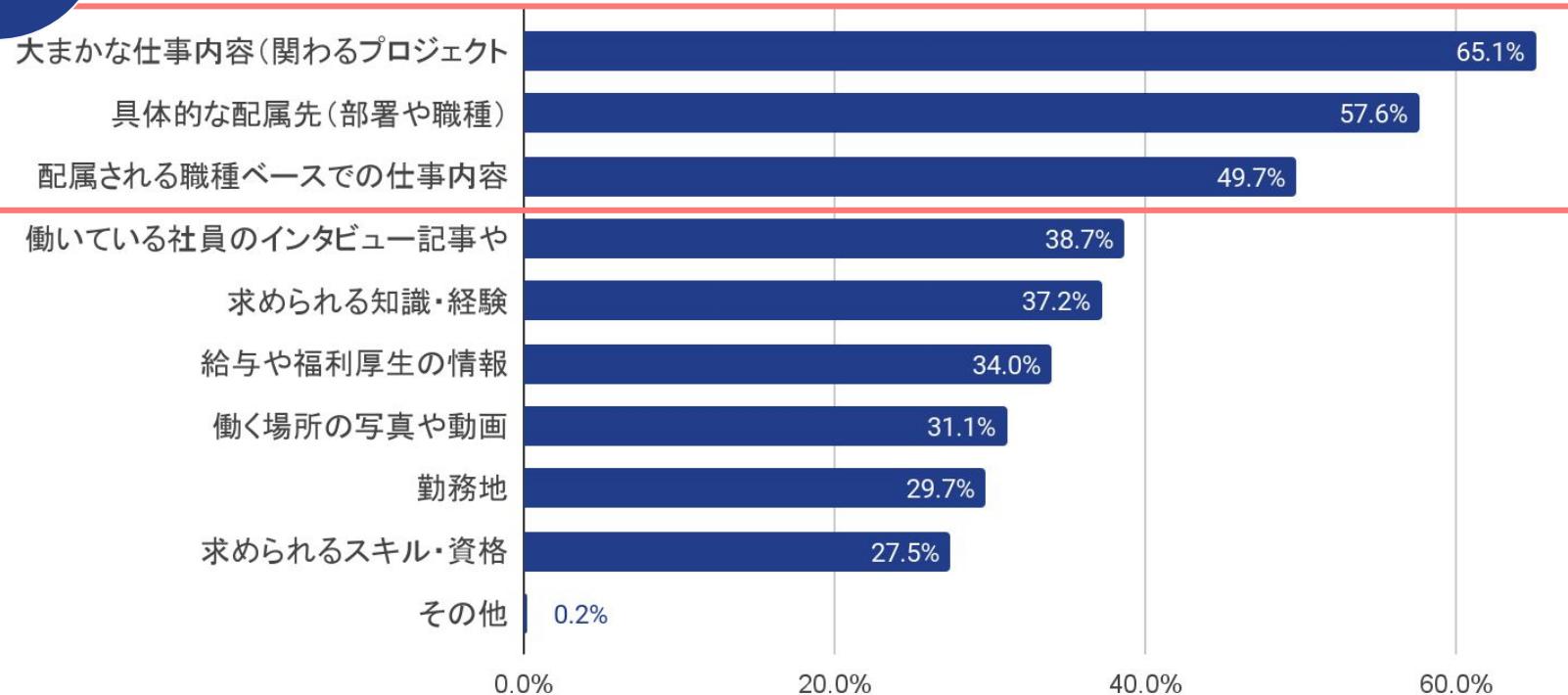
採用HPや就職情報サイト（ナビサイトやLabBase就職など）に掲載されている情報から、
実際の仕事内容や働くイメージは想像できますか。（単一回答）



**早期
露出が
大事！**

情報過多の時代にも関わらず、実態として、 学生が働くイメージを持つために必要な情報は意外と不足している

仕事内容をイメージするためには具体的にどのような情報が必要ですか？（複数回答）



27卒採用における展開の予想

1

就活 スタート時期

就活スタート時期は昨年に引き続き 4~6月に集中
特に4月スタートが早まる(ナビサイトのOPEN時期に合わせる)
企業にとっては早期からの情報露出が重要

2

サマー インターン

学生との接点獲得、惹きつけのための重要な施策として位置付けられる
惹きつけには、職場体験型(5days以上)と就業疑似体験型(1~3days)の組み合わせ

3

体験設計

サマーインターンを開催して終わりではなく、内定までの時期別のコンテンツや学生の体験設計が
重要
ただインターンを実施する、ただ早期選考を実施するだけでは無い設計

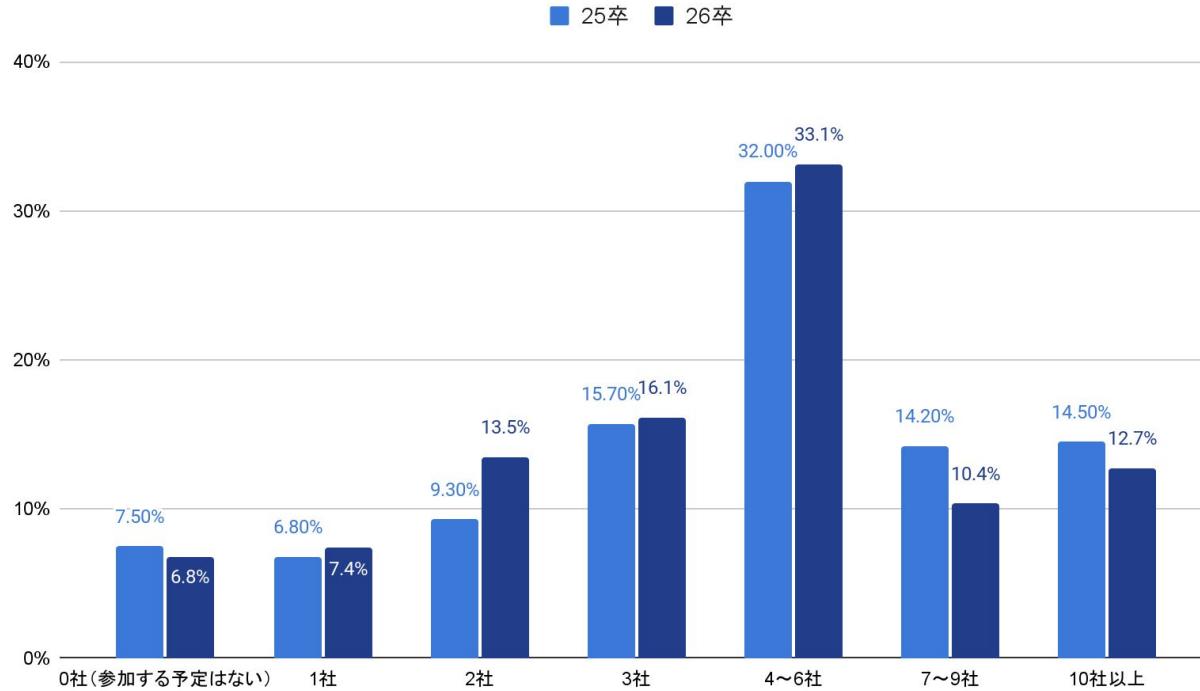
4

選考～ 意思決定

サマーインターン参加者を対象に 10~11月で選考を行う企業が増える
入社意思決定は2~3月にピークを迎えるのでは → 配属確約は意思決定の鍵になる

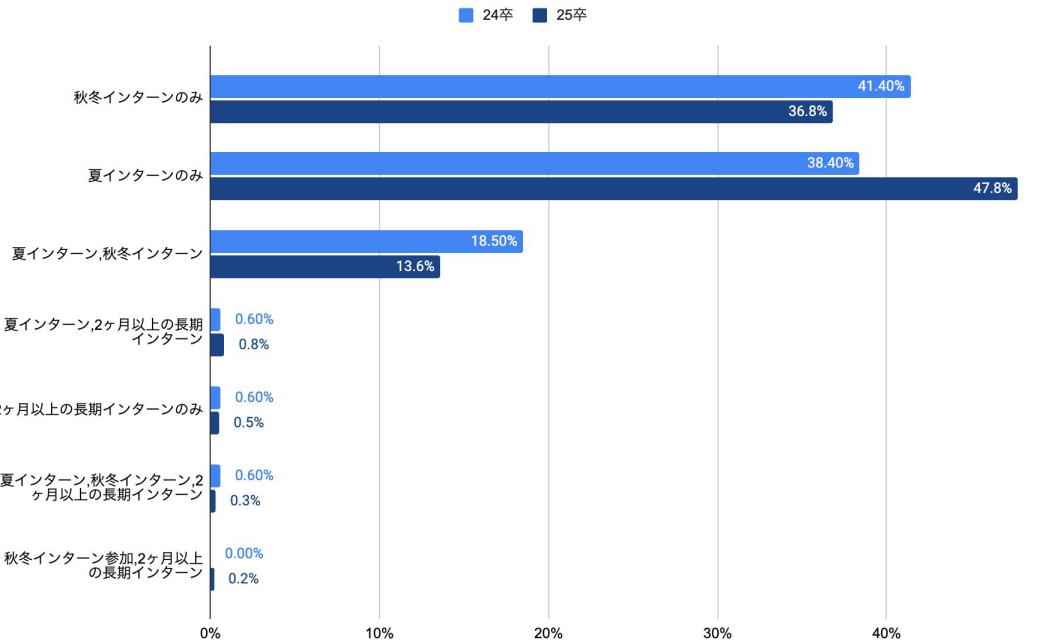
ひとりあたりの平均参加社数は、前年と変わらず約5社

就職活動全体を通して、インターンシップに参加した / 参加する予定の社数を教えてください。 (单一回答)



特に夏のインターンシップがより重要に 夏インターンの参加率が昨年比で約10pt増

入社予定の内定先のインターンの参加についてお選びください（選択式グリッド回答）



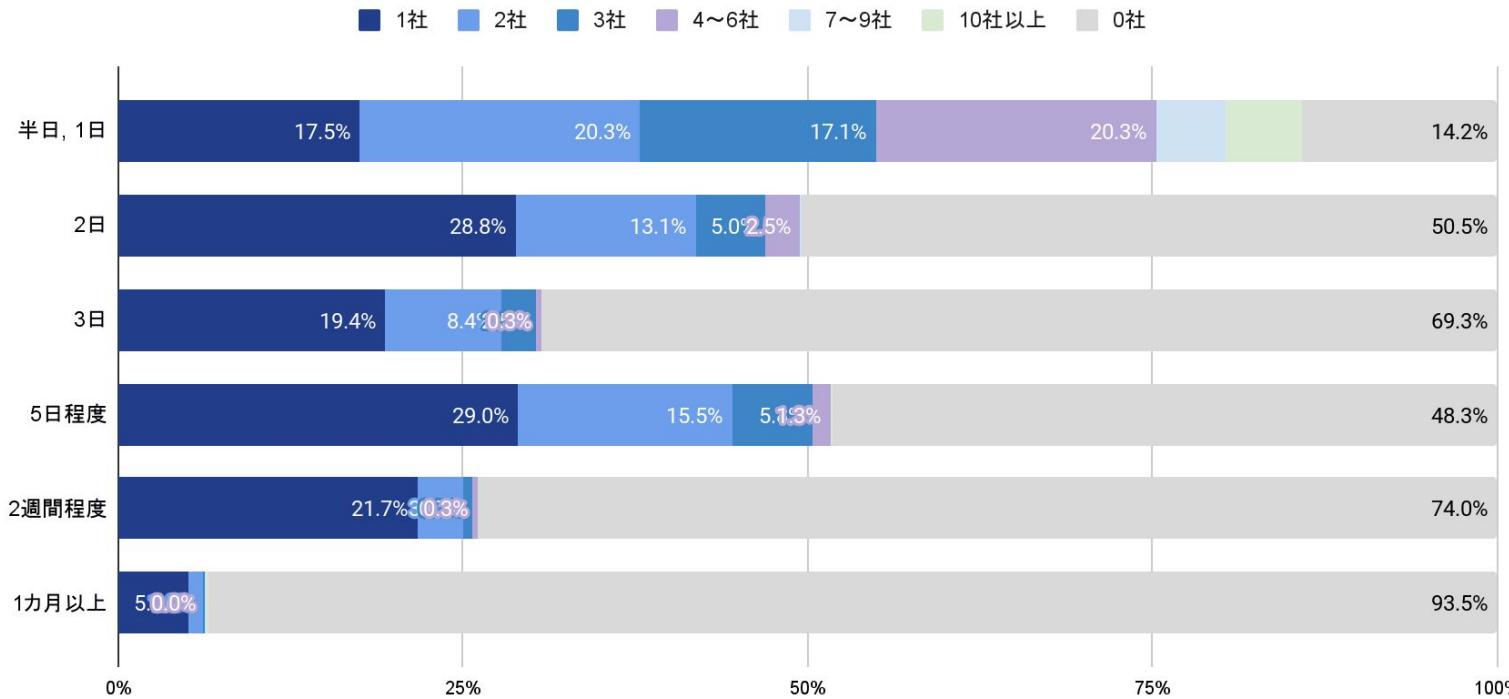
参照：2023年7月 24卒理系院生1,977名 就活動向調査 (n= 674)

参照：2024年7月 25卒理系院生1,979名 就活動向調査 (n=1,788)

※内定承諾先のインターンへ参加した学生の回答のみ抜粋

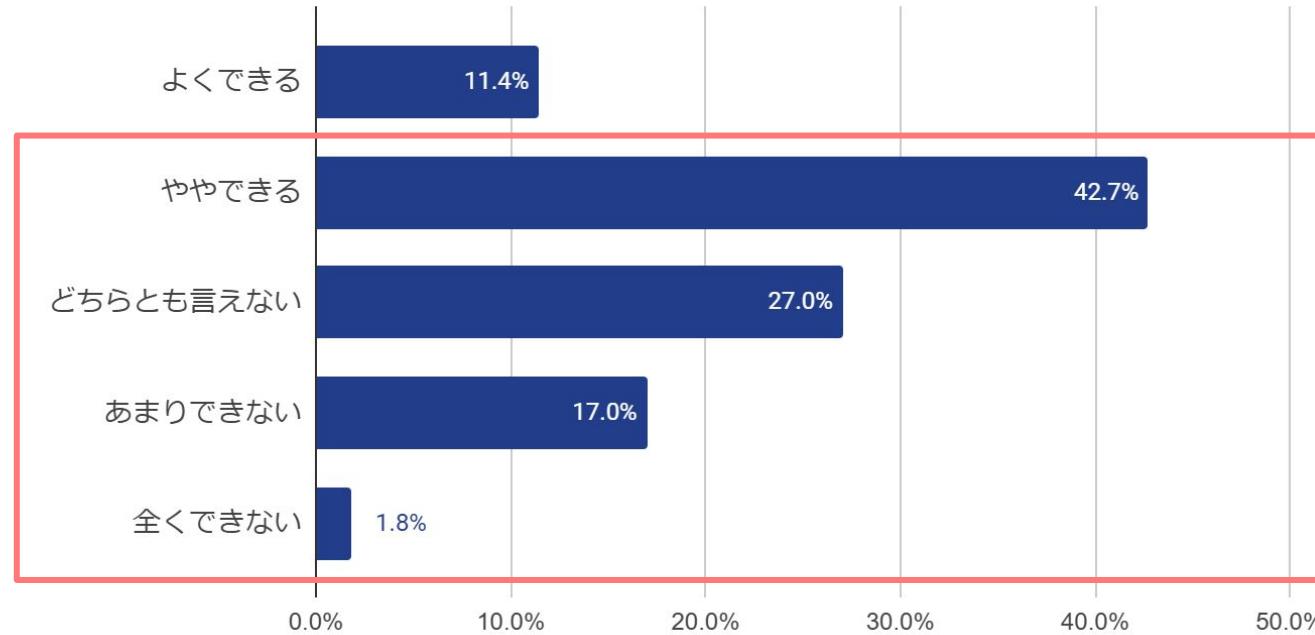
「半日、1日」の参加率は約86%かつ複数社参加の傾向 複数日程の参加率は50%を下回り、参加社数も1,2社が大半

どの日程のインターンシップに、何社参加した/する予定ですか。日数ごとに、社数を回答ください。



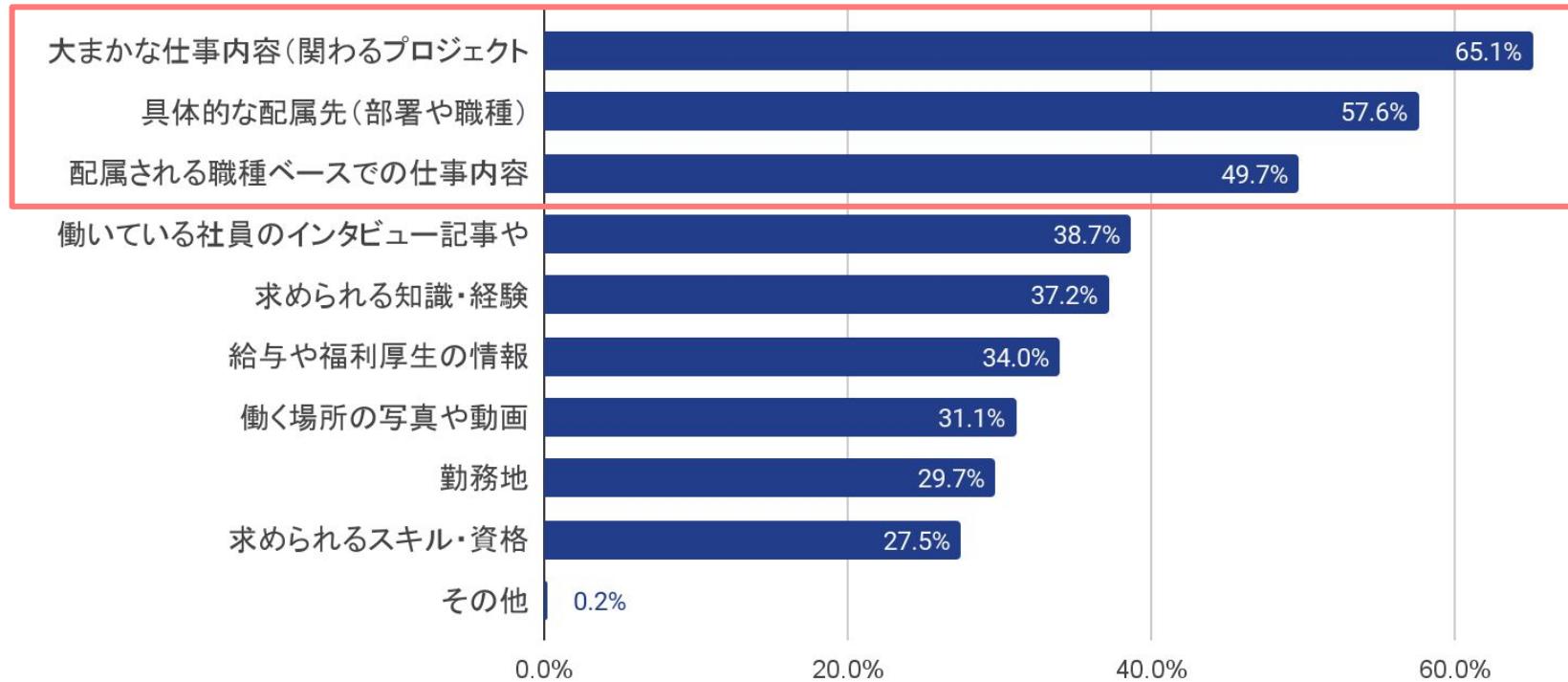
約60%が掲載されている情報だけでは、 働くイメージや仕事内容の理解に不安を感じている

採用HPや就職情報サイト（ナビサイトやLabBase就職など）に掲載されている情報から、
実際の仕事内容や働くイメージは想像できますか。（単一回答）



情報過多の時代にも関わらず、実態として、 学生が働くイメージを持つために必要な情報は意外と不足している

仕事内容をイメージするためには具体的にどのような情報が必要ですか？（複数回答）



27卒採用における展開の予想

1

就活 スタート時期

就活スタート時期は昨年に引き続き 4~6月に集中
特に4月スタートが早まる(ナビサイトのOPEN時期に合わせる)
企業にとっては早期からの情報露出が重要

2

サマー インターン

学生との接点獲得、惹きつけのための重要な施策として位置付けられる
惹きつけには、職場体験型(5days以上)と就業疑似体験型(1~3days)の組み合わせ

3

体験設計

サマーインターンを開催して終わりではなく、内定までの時期別のコンテンツや学生の体験設計が
重要
ただインターンを実施する、ただ早期選考を実施するだけでは無い設計

4

選考～ 意思決定

サマーインターン参加者を対象に 10~11月で選考を行う企業が増える
入社意思決定は2~3月にピークを迎えるのでは → 配属確約は意思決定の鍵になる

本日の流れ

【前半】各フェーズにおける歩留まり向上のためのアプローチ/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】各フェーズの歩留まり改善に効果的な理系学生意向調査のメソッド

改善に繋げるために重要な5つのエッセンス の解説

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

他社の方が
フォローが手厚かった

インターン中に志望
度減少する要素が
あった

志望軸が
途中で変わった

実際に弊社で聞いた学生の声



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



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



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いない** 企業なのかなと思った



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



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**

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

リクルーターをつける・
フォロー頻度を増やす

インターンの中身を
見直す

事実と異なる印象は
払拭を図る

やむなしのため
諦めても良い

実際の事例

短期改善が可能

選考体験が悪かった

合格連絡が遅くて落ちたと思った

面接練習として受けた

第一志望企業から内定がでた

志望軸が途中で変わった



実際に弊社で聞いた学生の声

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

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

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

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

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

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

選考時期を早める・
志望軸に沿って訴求する

ある程度やむなし

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つたので、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、自分の研究が生かせると思った



社風のミスマッチ

- 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

27卒採用における展開の予想

1

就活 スタート時期

就活スタート時期は昨年に引き続き 4~6月に集中
特に4月スタートが早まる(ナビサイトのOPEN時期に合わせる)
企業にとっては早期からの情報露出が重要

2

サマー インターン

学生との接点獲得、惹きつけのための重要な施策として位置付けられる
惹きつけには、職場体験型(5days以上)と就業疑似体験型(1~3days)の組み合わせ

3

体験設計

サマーインターンを開催して終わりではなく、内定までの時期別のコンテンツや学生の体験設計が
重要
ただインターンを実施する、ただ早期選考を実施するだけでは無い設計

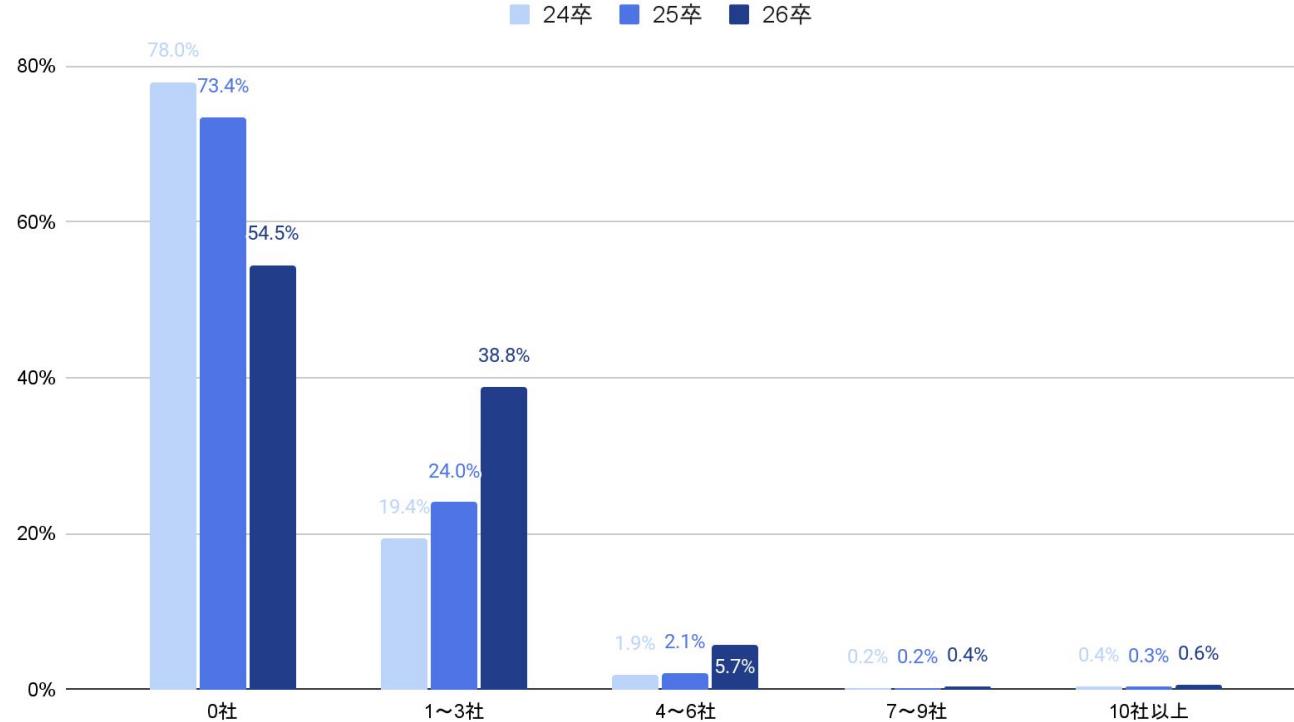
4

選考～ 意思決定

サマーインターン参加者を対象に 10~11月で選考を行う企業が増える
入社意思決定は2~3月にピークを迎えるのでは → 配属確約は意思決定の鍵になる

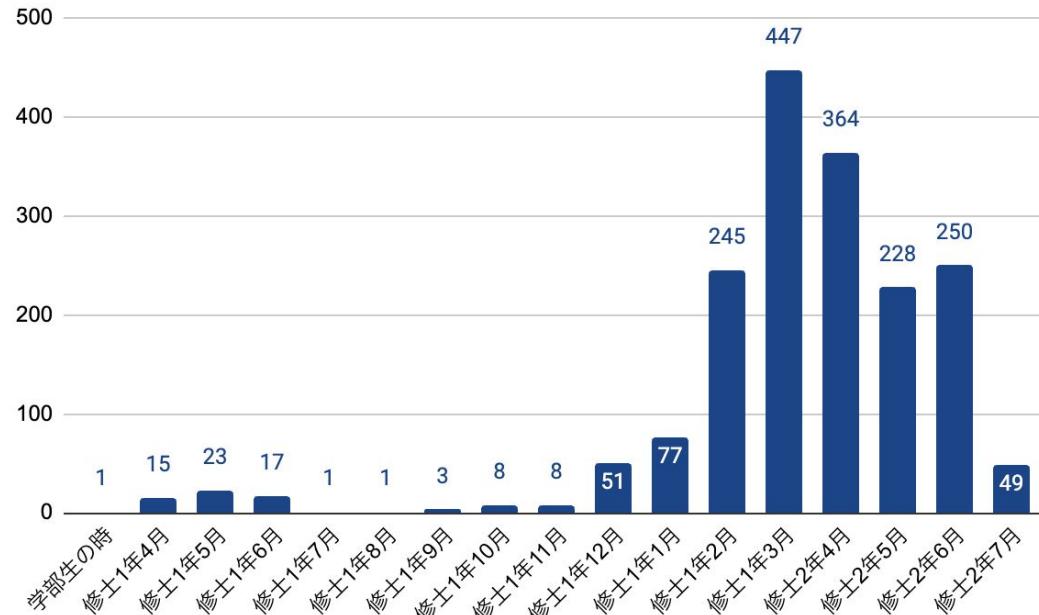
約45%の学生が本選考の面接を経験済み 昨年から約20pt上昇

本選考において、現時点で面接を受けた社数を教えてください。（単一回答）



内定承諾時期は6月までに意思決定をする ボリュームゾーンは獲得時期同様2~4月

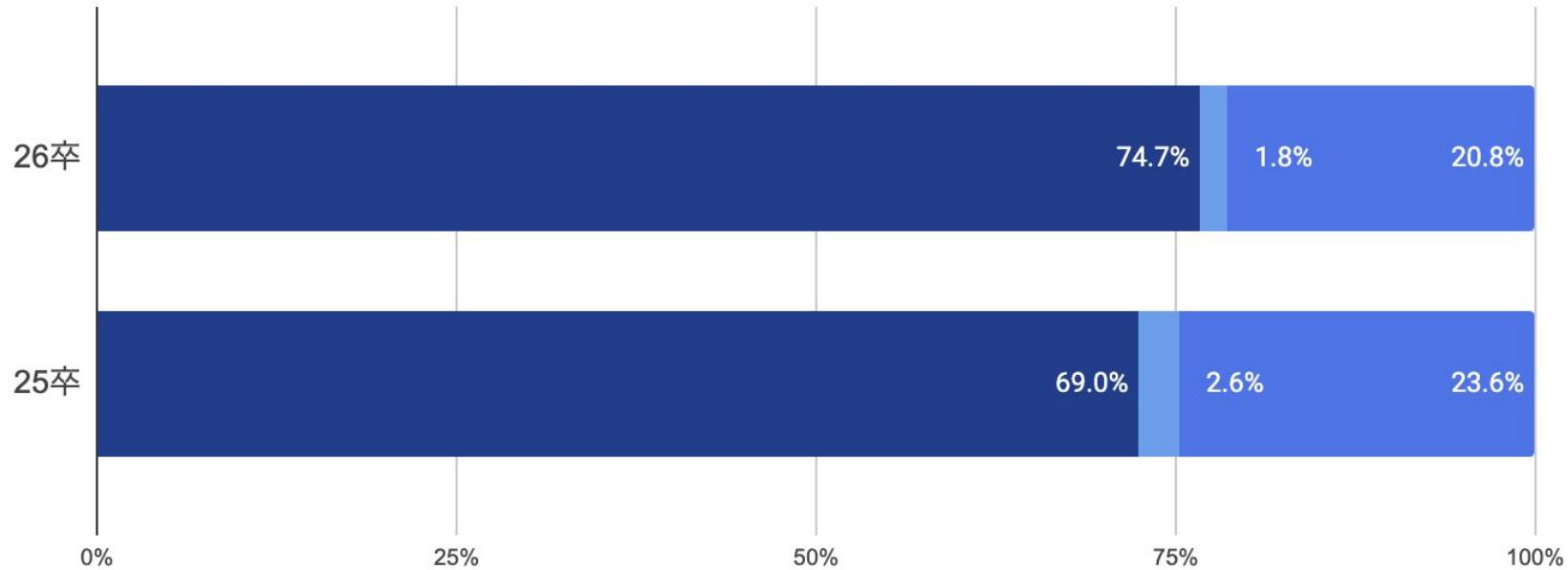
入社予定の内定先への内定承諾を決めたのはいつでしたか？（単一回答）



確約の希望度合いは年々上昇傾向

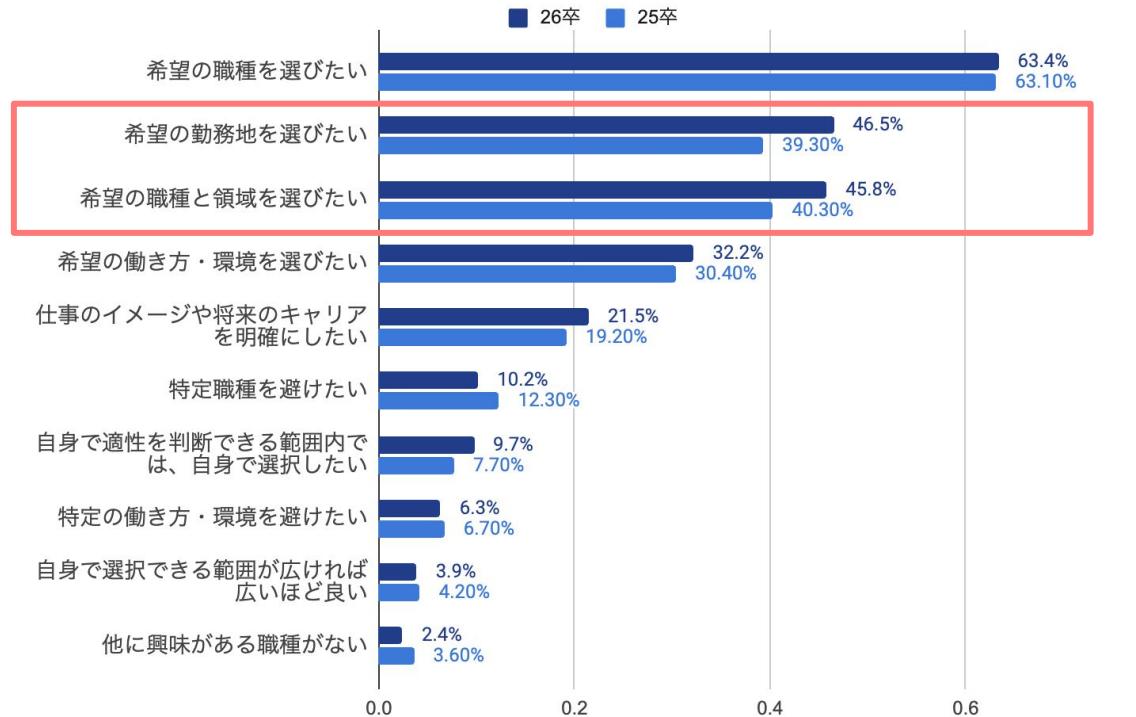
内定前の配属先（職種・部署・地域など）確約についてどのように感じますか。（単一回答）

■ 確約してほしい ■ 確約してほしくない ■ どちらでもいい



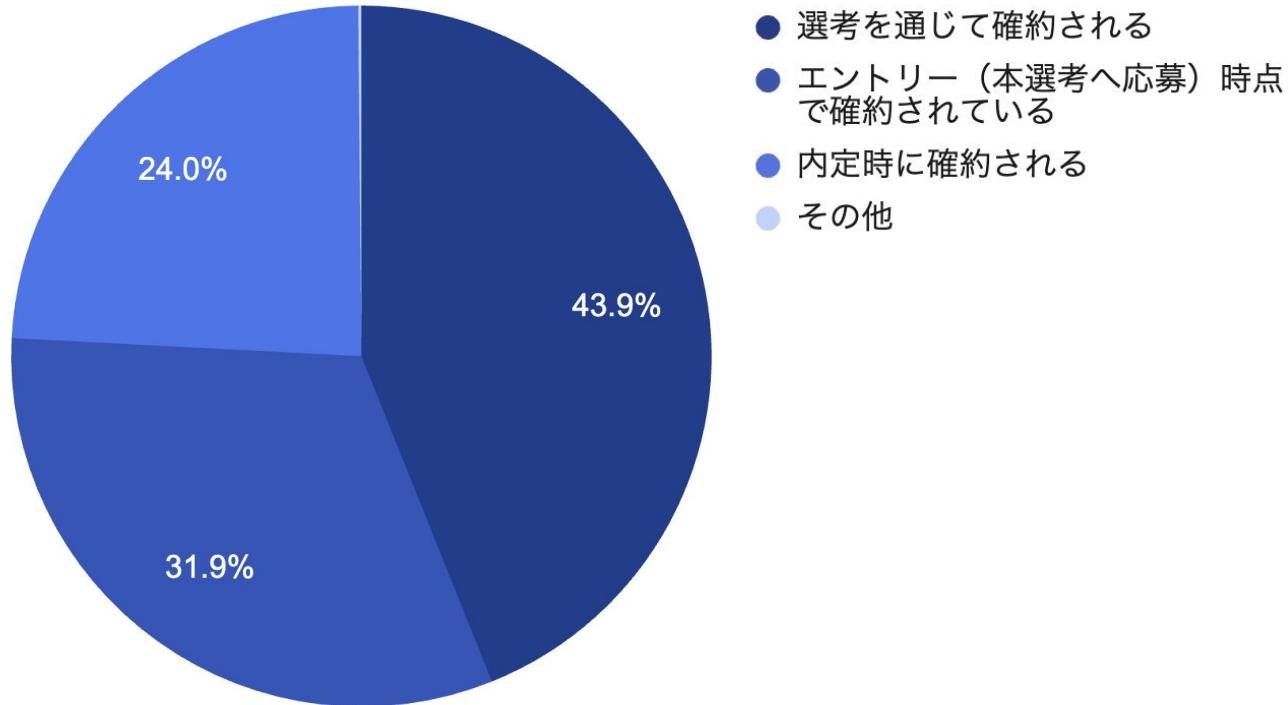
勤務地と職種×領域（ジョブ） 確約の希望度合いがより高まる

（「確約してほしい」と回答した方へ）なぜ確約してほしいと感じますか。（複数回答）



「選考を通じて確約される」ことを希望する学生が約44%

(「確約してほしい」と回答した方へ) どのように配属先（職種・部署・地域など）を確約してほしいと感じますか。 (単一回答)



成功事例でわかる！27卒理系採用

製造業のスカウト戦略

2025年 3月 13日 実施

株式会社VOLLECT
PRO SCOUT事業部 採用コンサルタント チームリーダー 浅香健人
CONFIDENTIAL

登壇者紹介



浅香 健人 (あさか けんと)

▼経歴

2018年4月 YKK株式会社 入社

新卒でYKK株式会社へ入社。9ヶ月間の工場研修研修の後に、自動車向けの商材の営業へ従事。在籍期間中は、設計、調達、生産技術部門を中心に新規車種向けの提案活動へ従事。また、OEMとの要素開発プロジェクトへの参画も経験。

2021年3月 株式会社VOLLECT入社

4人目のメンバーとして、ジョインする。

採用コンサルタントとして、大手～中堅を中心としたメーカーやIT、Web企業など幅広い企業の中途・新卒の採用支援に従事。現在は、新卒採用支援チームへ所属し、新卒採用を中心とした採用支援を行っている。

会社紹介

社名:株式会社VOLLECT

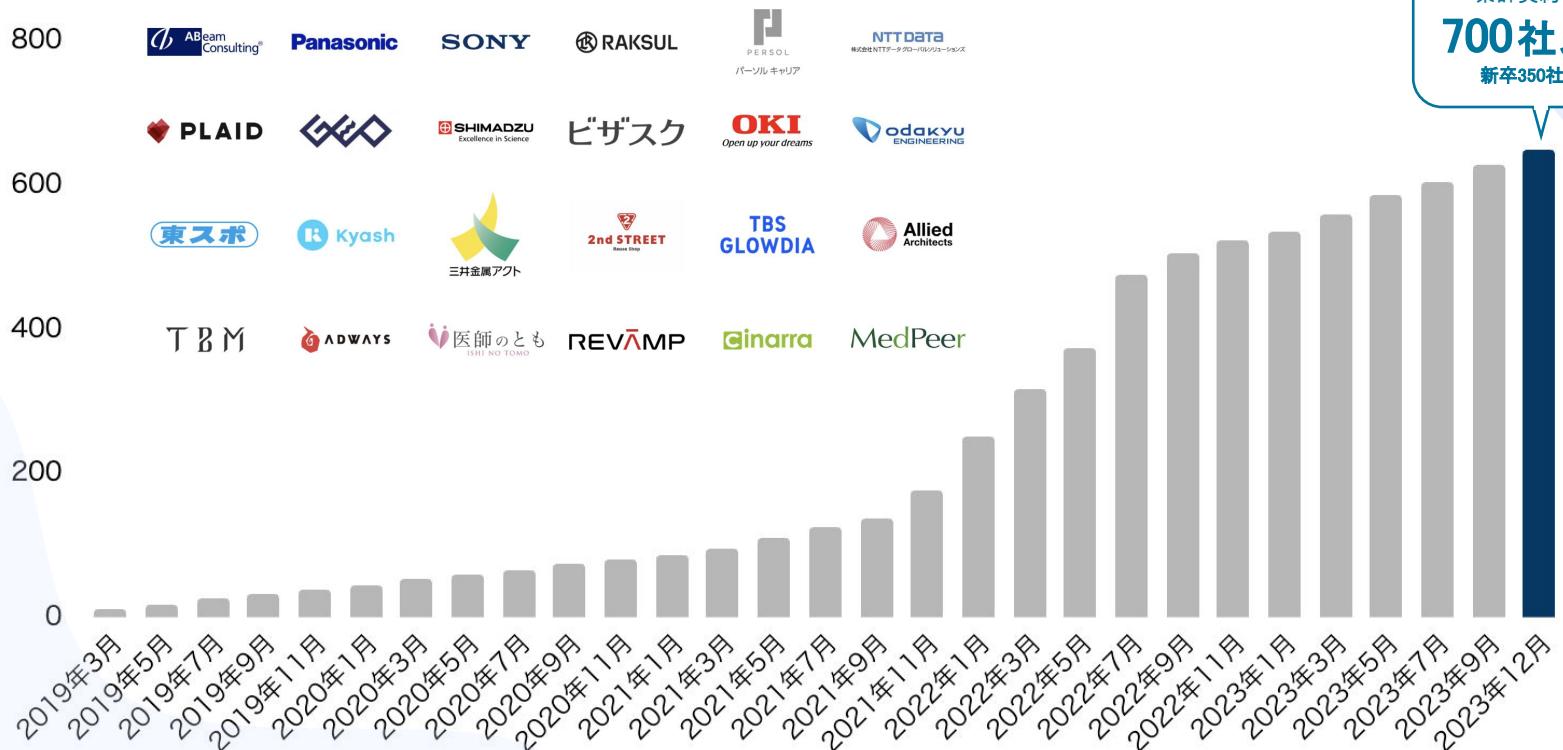
所在地:東京都千代田区神田須田町一丁目 3番33号 Bizflex神田3階

代表: 中島 大志

出版・メディア掲載実績例



業界トップクラスのダイレクトリクルーティング支援社数



2024年4月時点
累計契約社数

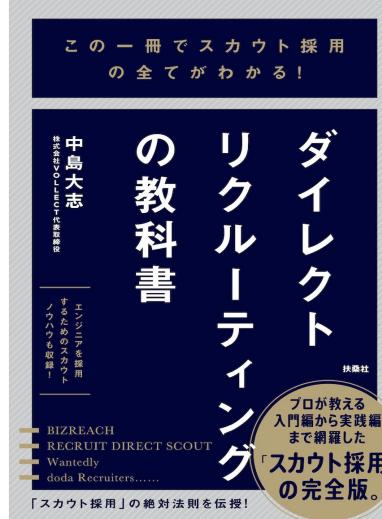
700社以上
新卒350社以上

多くの支援実績から得たノウハウを体系化

ダイレクトリクルーティングに特化した採用支援したパイオニア的存在として、大手企業での実績も多数。

エンジニア案件等の難易度の高いポジションでの採用実績も多数。

実績が認められ、書籍「ダイレクトリクルーティングの教科書」の出版やビジネス誌にも取り上げられています。



The image shows a magazine spread for 'TRENDY' magazine. The left page is titled '資格・転職・副業+リセールショップの裏技' (Secrets of qualifications, job transfers, part-time work, and resale shops) and features a large red 'TRENDY' logo. The right page is titled '給料を上げる! リスキリング最短距離' (Increase your salary! Shortest distance to reskilling) and features a photo of a woman. Below the magazine is a screenshot of a news article from '東洋経済' (Asahi Shimbun) dated April 21, 2017. The article is titled '採用できない会社はいったい何がダメなのか' (What makes companies unable to hire?) and includes a photo of two people in an office setting. The URL of the news article is also visible.

サービスラインナップ

人気

ダイレクトリクルーティング支援

学生のプロフィールを読み込み、1名1名に合わせた個別文章を作成してアプローチ
 ダイレクトリクルーティング戦略設計(ペルソナ/スカウト媒体選定/選考フローアドバイス)から
 スカウト文面作成～個別文章付きスカウトの配信～効果分析・改善提案までフォロー



採用コンサルティング

新卒採用の全体設計を
コンサルティング



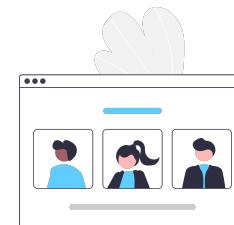
採用ツールの販売代理店

スカウト媒体・適性検査をご提案可能
 弊社経由でのお申し込みで
 特典がつくものもあり



採用ツール制作

採用ホームページ、採用動画、
パンフレットまで制作可能



製造業での理系学生採用を成功させる 3つのポイント

1

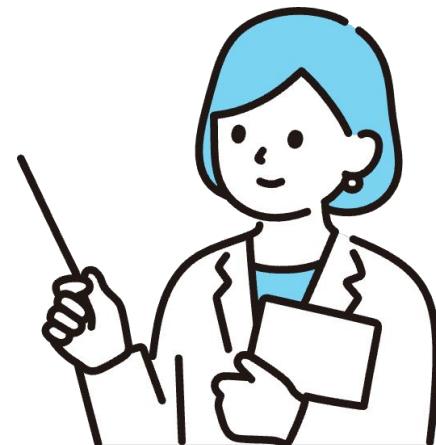
早いタイミングで動き出し、年内に内々定を出す

2

スカウトから選考参加までの接点を工夫する

3

専門性の高い内容で具体的に訴求する



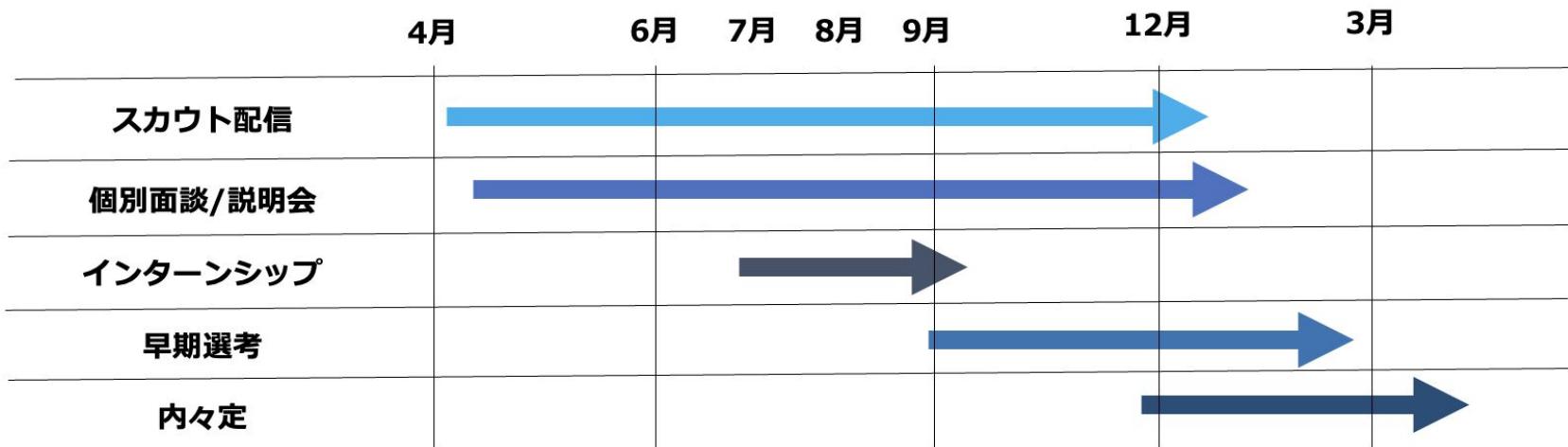
ポイント①：早いタイミングで動き出し、年内に内々定を出す

年々就職活動の早期化というトレンドが顕著に現れており、**理系の修士を中心**に早期化が進んでいます。

早いタイミングで動けるかによって、採用勝敗が分かれます。

※内々定率データは、各社によって数値が異なるものの中には、26卒の2024年12月時点で理系学生は約40%の内々定を取っていたというデータも…

■ 27卒 推奨タイミング



ポイント①：早いタイミングで動き出し、年内に内々定を出す

年々就職活動の早期化というトレンドが顕著に現れており、**理系の修士を中心**に早期化が進んでいます。

早いタイミングで動けるかによって、採用勝敗が分かれます。

※内々定率データは、各社によって数値が異なるものの中には、26卒の2024年12月時点で理系学生は約40%の内々定を取っていたというデータも…

■ 27卒 推奨スケジュール

修士学生の比率がかなり高いLabBaseでは

特に早期の動きだしをすることを推奨

スカウト配信

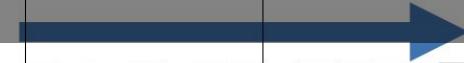


個別面談/説明会



インターンシップ

早期選考

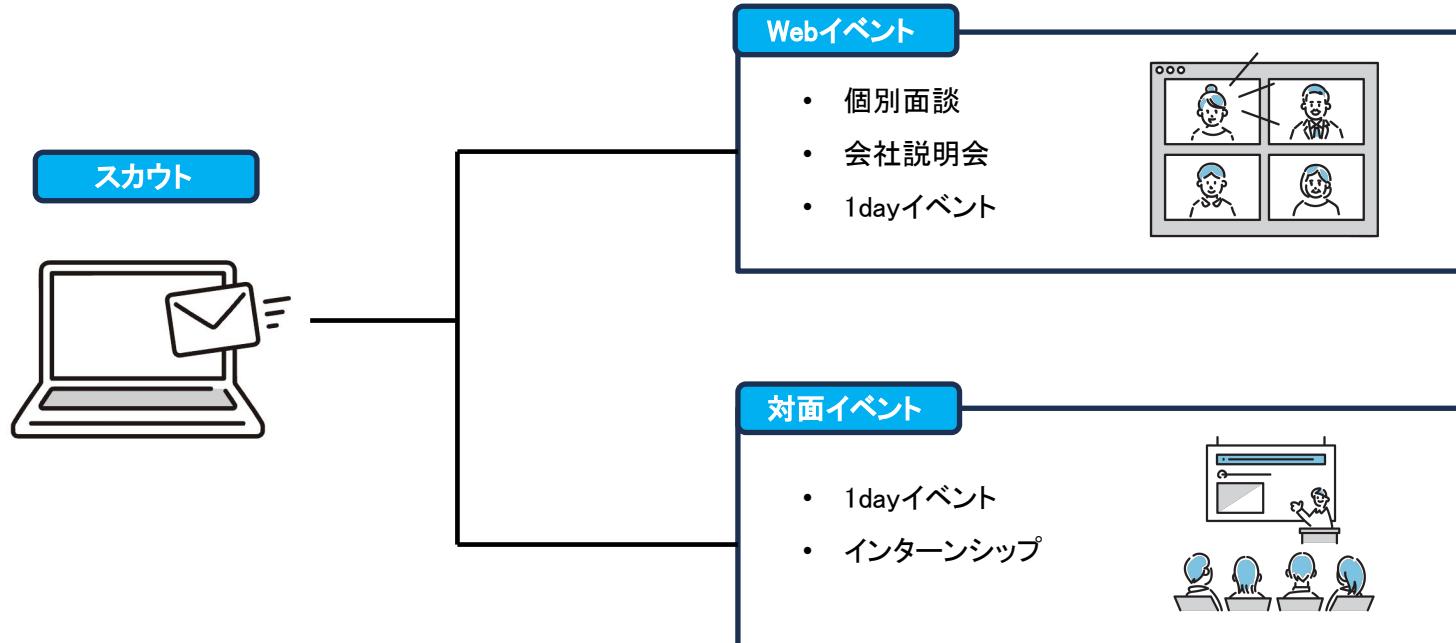


内々定



ポイント②:スカウトから選考参加までの接点を工夫する

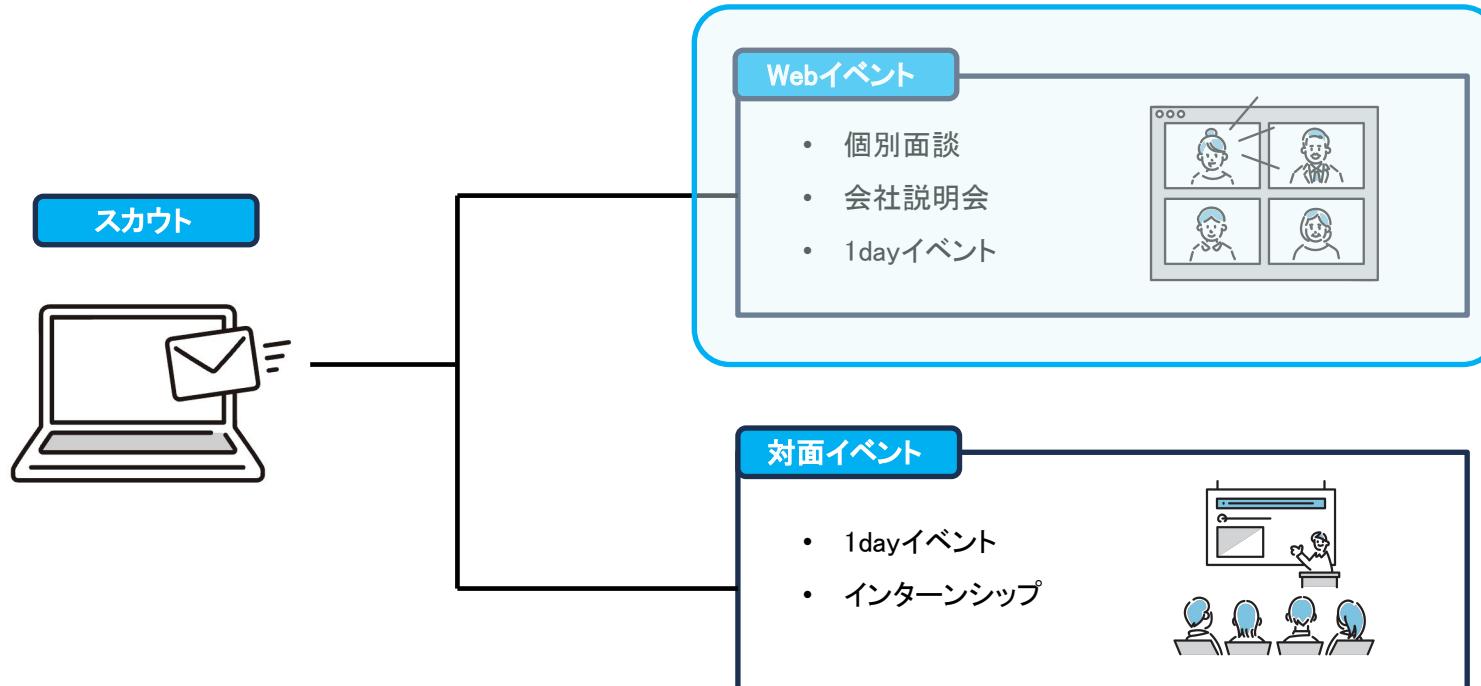
■ スカウトからの初回接点の持ち方について



ポイント②:スカウトから選考参加までの接点を工夫する

■ スカウトからの初回接点の持ち方について

推奨



ポイント②:スカウトから選考参加までの接点を工夫する

■ スカウトからの初回接点の持ち方について

推奨

Webイベント

- ・ 個別面談
- ・ 会社説明会
- ・ 1dayイベント



初回の接点を「Web」で接点を持ち、

忙しい理系学生でも合間の時間に接点を持ってもらえるよう工夫している会社の方がうまくいく傾向があります。

更に、その中でも「個別面談」を実施する方が、より効果的です。

対面イベント

- ・ 1dayイベント
- ・ インターンシップ



なぜなら、理系学生は「学校学んだことをどのように活かせるか？」

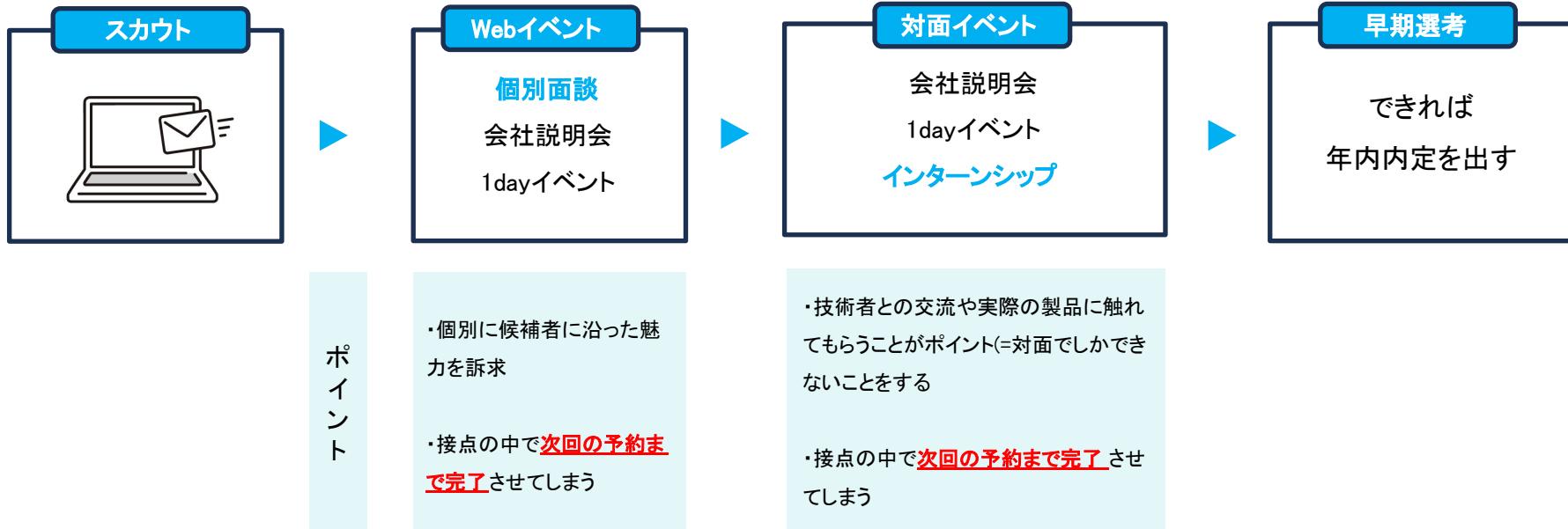
を起点に会社選びをしていることも多く、

「一人一人に合わせた個別訴求ができる個別面談」ほど

効果を発揮しています。

ポイント②:スカウトから選考参加までの接点を工夫する

■推奨 選考参加までのフロー



事例紹介 プラントエンジニアリング企業

実績

1000通配信で7名内定、4名承諾

配信数	返信数	個別面談	1次面接	最終面接数	内定数	内定承諾数
1,000通 ※カスタマイズ有り	57名	52名	38名	17名	7名	4名
返信率 5.7%	個別面談参加率 91%	面接率 73%	最終面接率 44%	内定率 41%	内定承諾率 57%	

※小数点以下切り下げ
※検討中は活用なし

※38名のうち19名は
夏期1dayイベントへ参加

概要

- ・スカウト媒体 2媒体を使用
- ・鉄鋼系プラントエンジニアリング企業
- ・ターゲットとしては、機械/電気/化工/土建
- ・25卒向け新卒採用 技術職の支援

事例紹介 プラントエンジニアリング企業

実績

1000通配信で7名内定、4名承諾

配信数	返信数	個別面談	1次面接	最終面接数	内定数	内定承諾数
1,000通 ※カスタマイズ有り	57名	52名	38名	17名	7名	4名
返信率 5.7%	個別面談参加率 91%	面接率 73%	最終面接率 44%	内定率 41%	内定承諾率 57%	

※小数点以下切り下げ
※検討中は活用なし

※38名のうち19名は
夏期1dayイベントへ参加

ポイント

返信 ⇄ 個別面談への参加率の高さ

- ・接点の持ち方として、15分～30分で個別面談を実施し、ライトな接点をスカウト文面で提案したこと
- ・学生によっては、Web面談ではなく、電話での面談としてよりライトに接点を持ち、離脱を防いだ。
- ・面談の中で、学生の気になったポイントについて回答しつつ、電話の中で、1day仕事体験の案内を行い、日程確定までさせることで、一定の参加を担保し、より深い魅力訴求へ繋げた。

事例紹介 プラントエンジニアリング企業



ポイント

なるべく早期段階でのスカウト送付、接点を実施

- ・4月~6月にスカウト送付を実施、他社のスカウトが流通し、競争が激しくなる前に接点を持ち、自社に興味を持ってもらえるように工夫した。
- ・個別面談で、接点数を担保しておくことで、1dayイベントに参加しない学生からも早期選考への応募獲得へ繋げることができた。

ポイント③：専門性が高い内容で具体的に訴求する

ポイント

- ・それぞれの企業の技術や仕事、製品に関してなるべく専門性を高い内容で記載する。
- ・文章量が長くなったとしても極力訴求する。

理由

- ・理系学生で、自ら学んだ内容と近ければ近いほど専門性を理解し、強い訴求につながる可能性が高い。
- ・自社では当たり前になっているような仕事内容も他社と比較すると、他社ではない仕事領域があつたりとその部分がフックとなって訴求につながる可能性が高いから



当社の特徴について

700社以上の 豊富な採用支援実績

大手企業から地方の中小老舗の企業・社員数名のベンチャー企業に至るまで幅広い支援実績がございます。

支援企業社数は、累計700社以上。豊富な採用ノウハウをもとに、貴社に最適な採用のご支援をプランニングいたします。



ダイレクトリクルーティングの知識が豊富

弊社は「ダイレクトリクルーティングで採用の在り方をRE・デザインする100年パートナー」を目指し、日本初のダイレクトリクルーティング専門書「ダイレクトリクルーティングの教科書」の出版や、大手メディアへの寄稿を複数行っています。



欲しい学生を自社で獲得する 「採用力」を高める

待つだけの求人広告や人材紹介と違い、自社からターゲット学生に声をかけ、惹きつける必要のあるダイレクトリクルーティングを通して、貴社の採用力を高めます。

弊社は、ただスカウト配信を代行するのではなく、要件定義、スカウト媒体選定、求人票、カジュアル面談研修、数値に基づく改善、定着支援など、貴社の採用力を高める豊富なメニューをご用意しています。

対応業務例

貴社の課題やご予算に合わせて、ご提案いたしますので、お気軽にご相談ください。



スカウト文面作成

媒体やポジションの特徴に合った、
貴社だけのスカウト文面の作成



求人票作成

貴社だけの求人票、
その他情報訴求ページの作成



候補者ピックアップ

全ての候補者のプロフィールを目標
で、
ピックアップ



候補者へのスカウト配信

媒体ごとにカスタマイズした文面で
確度の高い候補者に配信



振り返りミーティングの実施

隔週～毎月、今後の
返信率・採用決定率向上のご提案



スケジュール・通数・返信数管理

配信数・開封数・返信数など
内定受諾までのプロセスを管理、報告

以下から貴社のご要望に合わせてカスタマイズいたします。



配信ログデータの提供

その後の採用に活かしていただくため
配信ログデータを作成、提供



ATS登録～日程調整

ATSへの登録や、
初回面談の日程の調整を対応



媒体提案

ポジションやご予算を踏まえた
スカウト媒体のご提案も可能

当社メディアやお役立ち資料のご紹介

HRpedia

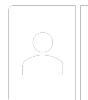
ダイレクトリクルーティング特化型メディア
中途・新卒問わずスカウト媒体の情報・インタビューが
載っています。(他社情報も…)
URL : <https://vollect.net/hrpedia/>



カジュアル面談攻略マニュアル

当社が作成したカジュアル面談のマニュアルです。

URL : <https://vollect.net/hrpedia/pdf/casual.pdf>



VOLLECTパートは以上です。
ご清聴ありがとうございました！

質問等あれば、いただければと思います。



化学メーカー 2024/1~2024/6

基本情報・背景

業種

化学

募集背景

通年採用 / DR経由の採用強化

職種

技術系総合職/営業系総合職

依頼背景

- ①自社内でスカウトを週100回くらいスカウト行っていた
- ②ナビ経由での採用手法に限界を感じ、スカウト経由を強化したい
- ③メーカーの採用支援実績が豊富な会社に依頼したい

課題

- ①スカウト人員の不足
- ②工数が不足して、戦略的にオファーの送信ができていない

化学メーカー 2024/1~2024/6

運用実績

使用媒体	LabBase + 3媒体	送付期間	2024年1月～6月
送付数	3,600通	決定数	62人（うち LabBaseで7名）

実施施策・ポイント

▼訴求面

- ・to B向けの事業が主体で、世間一般の知名度には課題感があった。
そのため、具体性を伴ってアピールすべく、それぞれの事業分野での具体的なシェア率明確に記載し、事業内容や業界での優位性などをアピールした。
- ・理系向けには、技術投資を惜しんでいないという観点から産学協同のプロジェクト数を具体的に記載した。

▼訴求面（選考フロー）

- ・スカウト経由での承認を得るべく、個別面談参加者限定で、「一次選考免除」の選考特典を設けた。

▼ターゲット面

- ・事業内容の親和性から「化学」「生物」「農学」を中心としたターゲットで送付した。

大手化学メーカー 2024/1~2024/6

ポジション

媒体

歩留まり

技術系総合職
配信母集団 :約2,000名

LabBase



※一時選考免除
※小数点以下切り下げ

ポジション

技術系総合職
配信母集団 :約1,500名

理系特化媒体



※一時選考免除
※小数点以下切り下げ

大手化学メーカー 2024/1~2024/6

ポジション

媒体

歩留まり

技術系総合職
事務系総合職 配信母集団 約7,000名

総合媒体

配信	返信	カジュアル面談	2次面接	最終面接	内定	内定承認
1,820通 ※カスタマイズ有り	602名	531名	302名	70名	51名	32名
返信率 33%	カジュアル面談率88%	面接率 54%	最終面接率23%	内定率 72%	内定承諾率 62%	

※一時選考免除
※小数点以下切り下げ

ポジション

文系優秀層
向け媒体

事務系総合職
配信母集団 7,000名

配信	返信	カジュアル面談	2次面接	最終面接	内定	内定承認
300通 ※カスタマイズ有り	107名	88名	53名	28名	20名	14名
返信率 35%	カジュアル面談率82%	面接率 59%	最終面接率52%	内定率 71%	内定承諾率 70%	

※一時選考免除
※小数点以下切り下げ

LabBaseからお知らせ

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



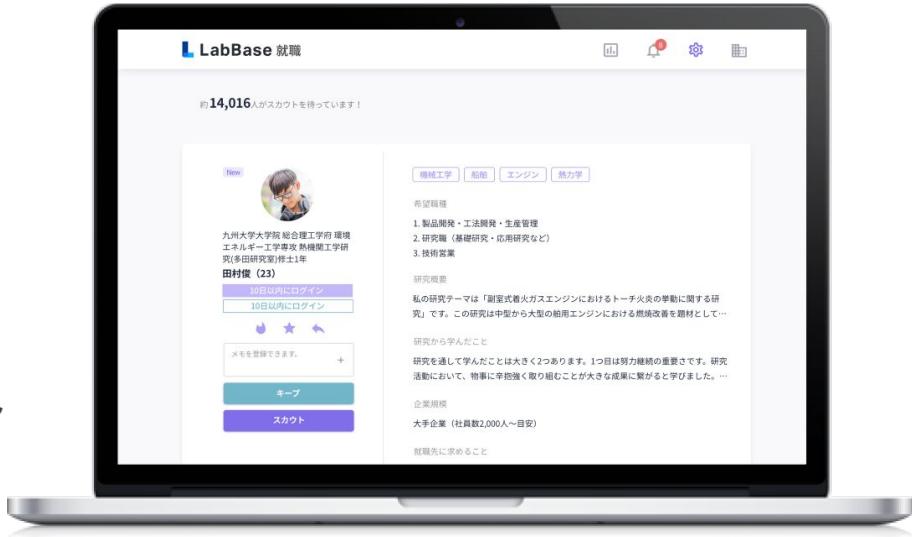
LabBase就職について - ダイレクトリクルーティング -

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



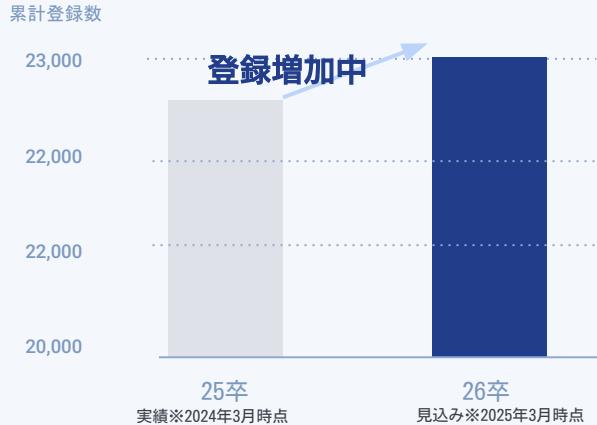
| データベースの特徴

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

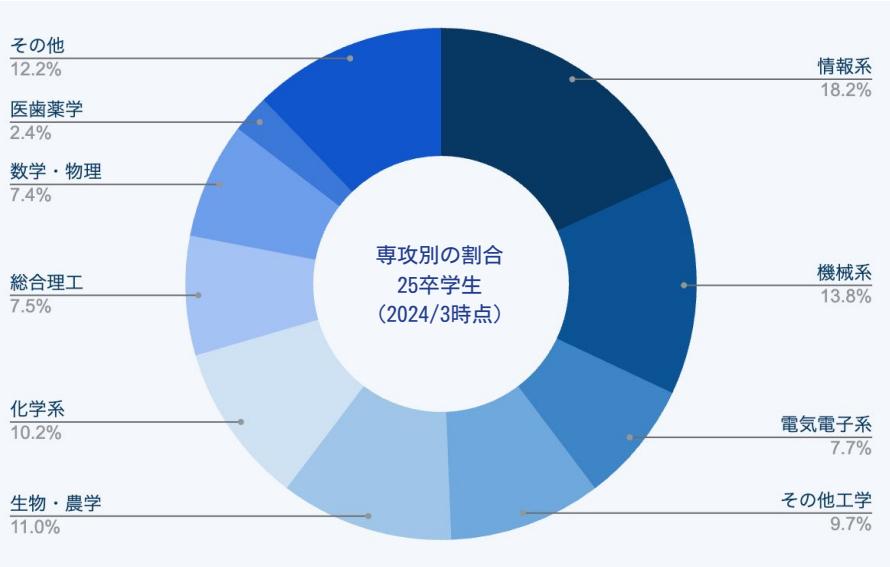
国内理系院生の
約 **50^{※1}** %
が登録

年次登録数（25卒実績と26卒見込み）

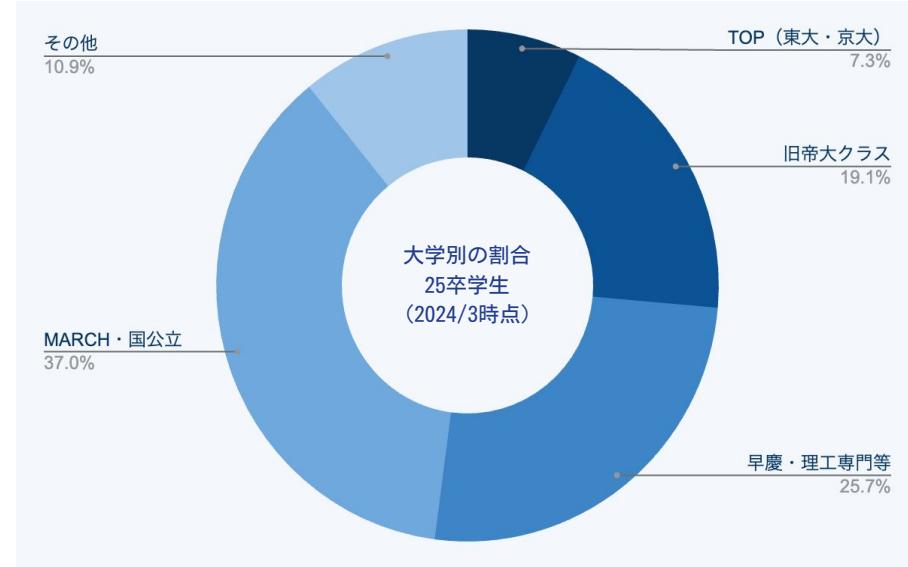


機電・情報系を中心に、地方国公立以上の理系学生が登録

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



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 優明

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

 **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

お問い合わせ

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。



研究の力を、人類の力に。