

化学系大学院生を惹きつける 採用のコツとは？

～ 就活動向と成功事例を解説～

化学系院生は非常に効率的な就職活動をする。 一方で、就職先の多様化が顕著に。

- 化学系院生は就職活動を早めに始める傾向がある。6月までに就職活動を始める人が多い。
- 約76%の化学院生が10社以内のインターンシップに参加しており、
約44%は入社予定先企業のインターンに参加。
- 化学系院生は修士2年4月までに入社先を決める割合が約75%。
内定承諾の決め手は企業理念や働く人たちの雰囲気、自身の研究内容と事業内容との親和性など。
- 研究開発職を志望する学生が最も多く、26卒では生産技術職などを志望する学生も見受けられた。

01

化学系院生の 就活動向

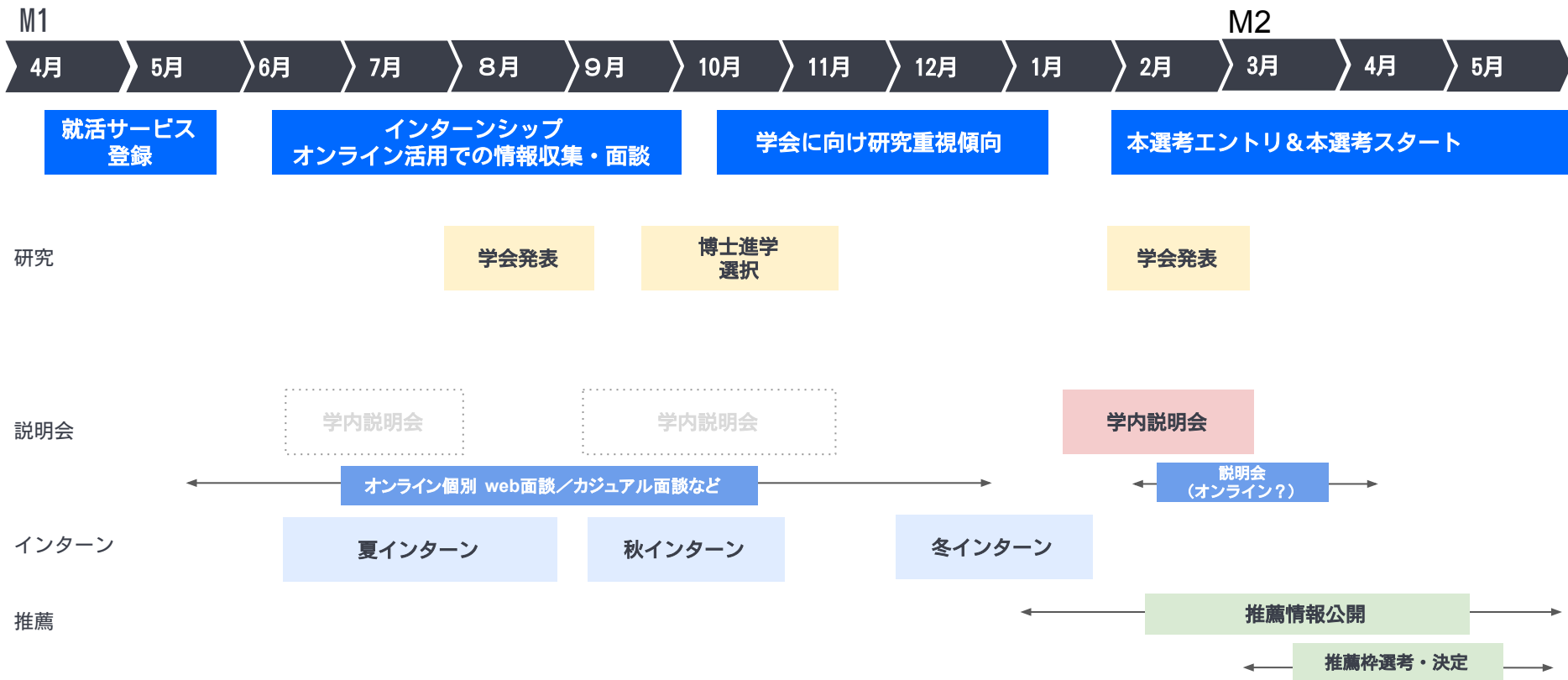
化学系院生就活の実態

いつから就活を始める？

インターンにはどれくらい参加してる？

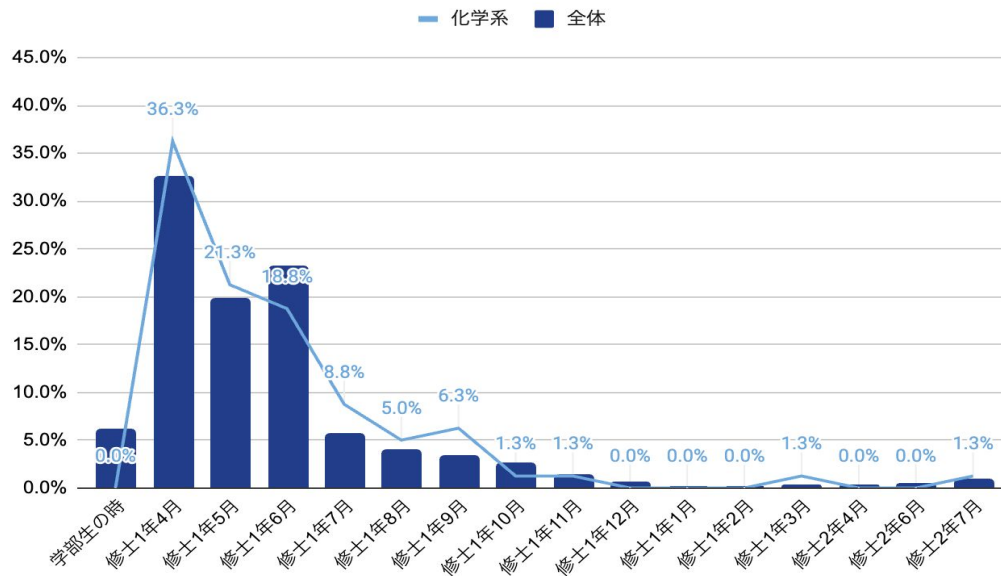
インターン先から内定している？

【参考】理系学生の年間の動向



化学系院生は6月までに就職活動を始める人が多い。

就活を始めた時期はいつですか？（単一回答）

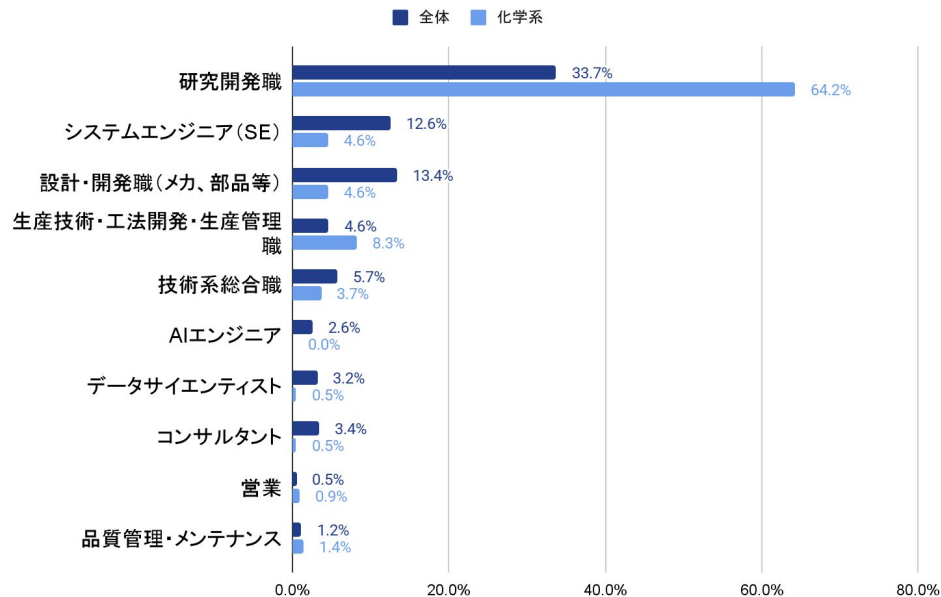


参照：2024年11月 26卒理学院生936名
就活動向調査

第一志望の職種

研究開発職を志望する化学系院生が最も多い。
全専攻と比べても研究開発職の割合が高い。

現在の第一志望職種を教えてください。（単一回答）※TOP10を記載

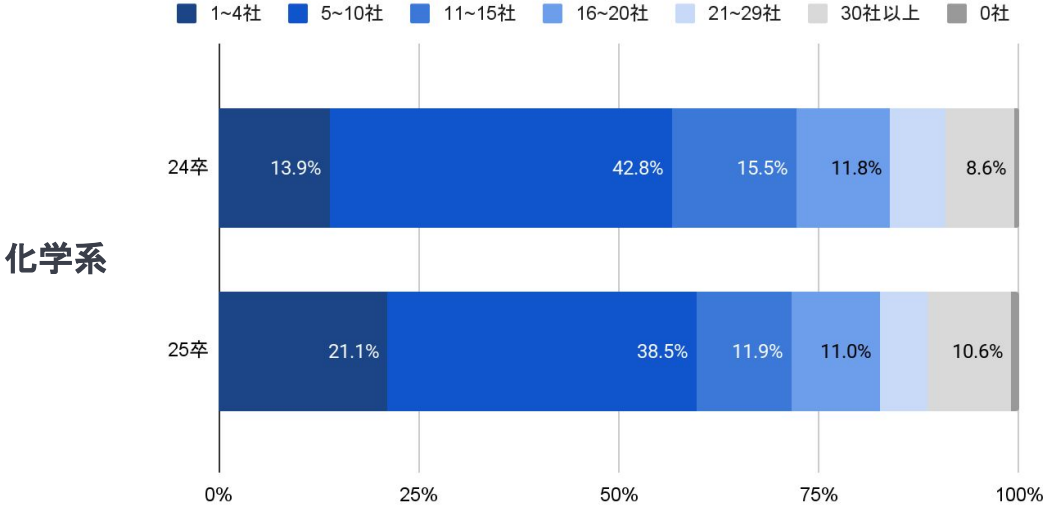


参照：2024年11月26卒理学院生936名 就活動向調査（n= 936）

就活全体でのエントリー社数

10社以内のエントリーが約60%を占める。
25卒では1～4社が約7pt増加し、絞り込みの傾向が進んでいる。

就活全体でエントリー（本選考への応募）をした社数を教えてください。（単一回答）

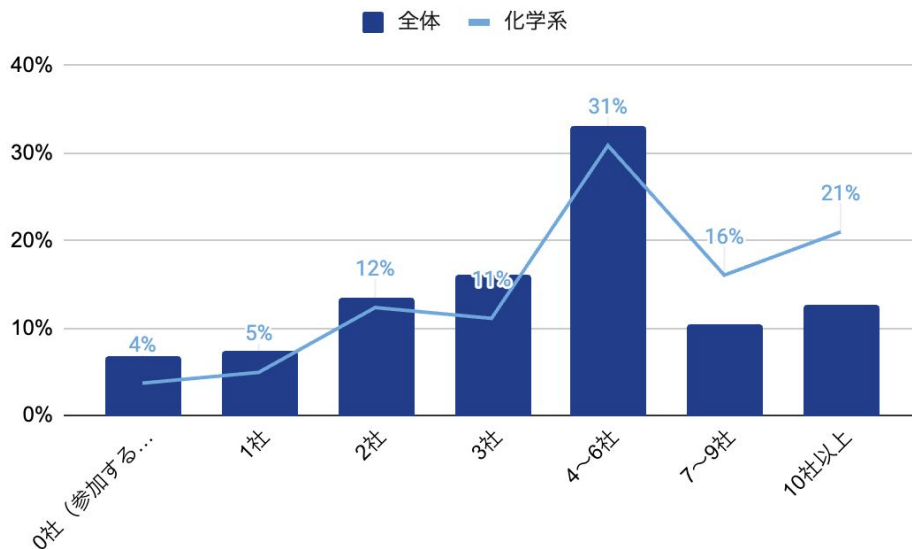


参照：2023年7月 24卒理系院生1,977名 就活動向調査（n= 1,895）
参照：2024年7月 25卒理系院生1,979名 就活動向調査（n= 1,788）

インターンシップへの参加

化学院生は他専攻の学生に比べて、多くのインターンに参加している

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。(単一回答)

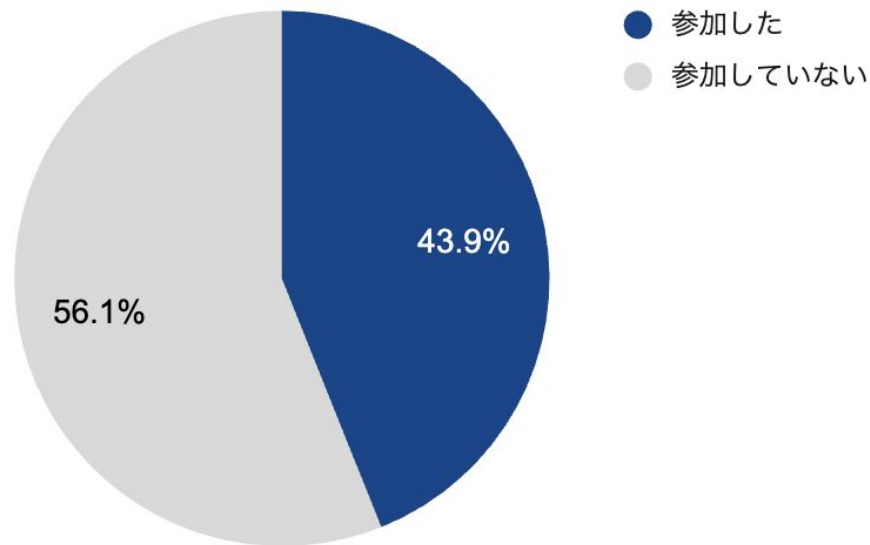


参照：2024年11月 24卒理系院生936名
就活動向調査

内定先へのインターンシップ参加率

約44%の化学系院生が、入社予定先企業のインターンに参加している。

入社予定の内定先のインターンに参加されたものをお選びください。(複数選択可)

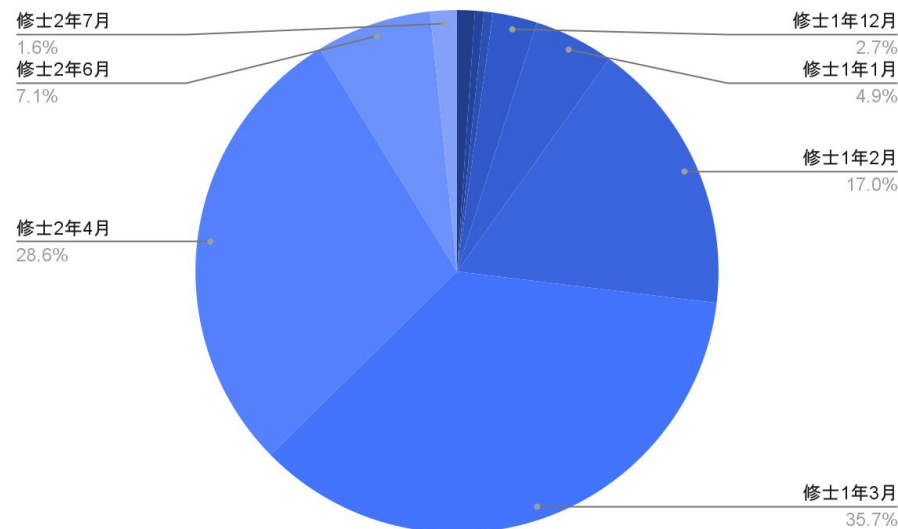


参照：2024年7月 25卒理系院生1,979名 就活動向調査 (n=1,788)
※選択式グリッド回答の結果をユニーク集計

内定承諾した会社からいつ内定をもらったか

化学系院生の約62%が、修士1年3月までに内定承諾する会社から内定を得ている

入社予定の会社と初めて接点のあった時期をお選びください。（単一回答）（N=化学系195名）



参照：2024年7月 25理系院生1,977名 就活動向調査

内定状況と入社先決定時期

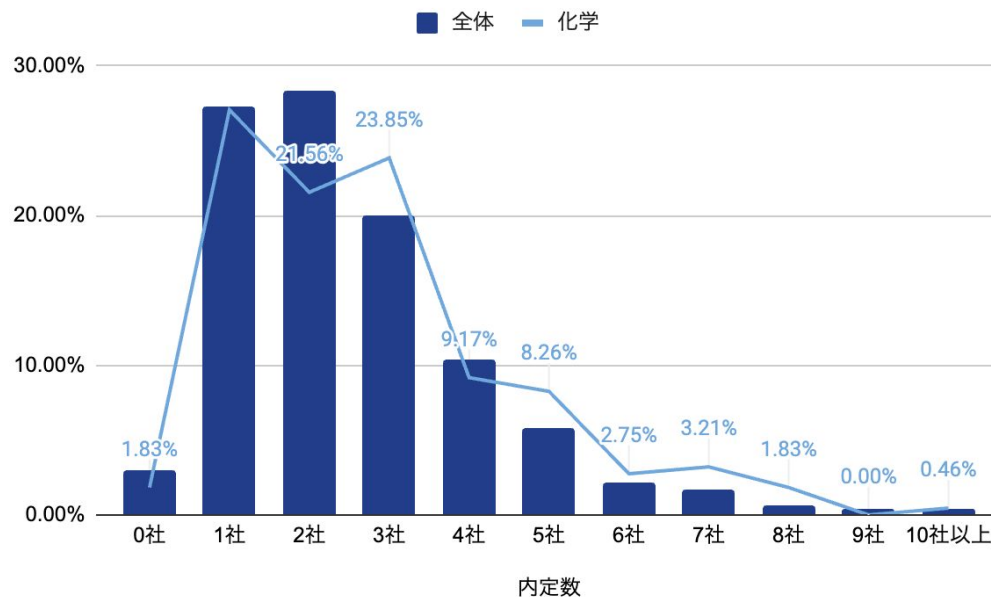
いつから内定をもらい出すのか？

いつ入社先を決めているのか？

入社先企業との接触時期や関わり方とは？

化学系院生は、内定数1～3社が約75%を占める。
1社内定で承諾している割合は約30%という結果に。

何社の内定を持っていますか？(承諾済み・辞退も含みます)(単一回答)

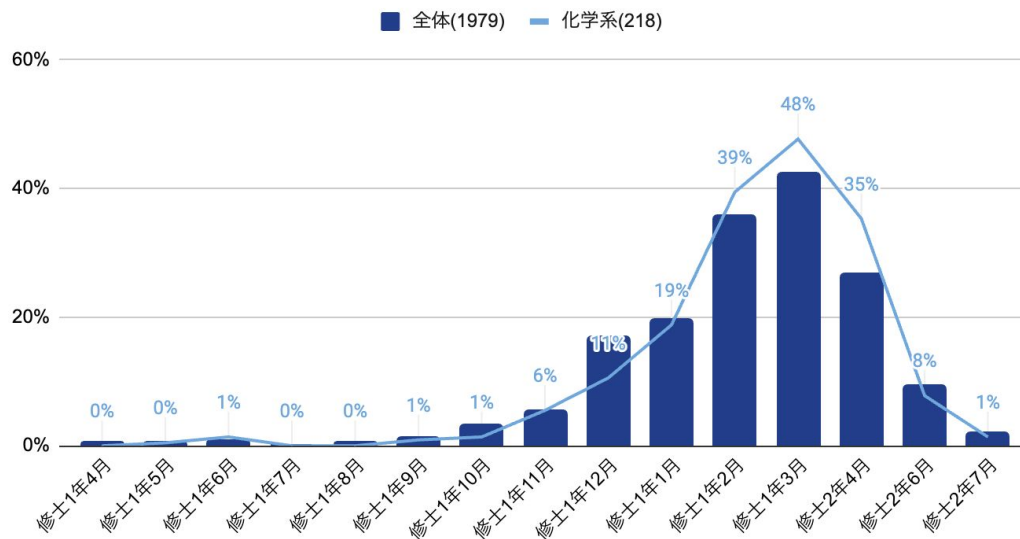


参照：2024年7月 25理系院生1,977名 就活動向調査

内定をもらう時期

化学院生は9月から徐々に内定をもらい出し、
修士1年2～3月が内定をもらうピークに。

いつ内定をもらいましたか？（複数選択可）

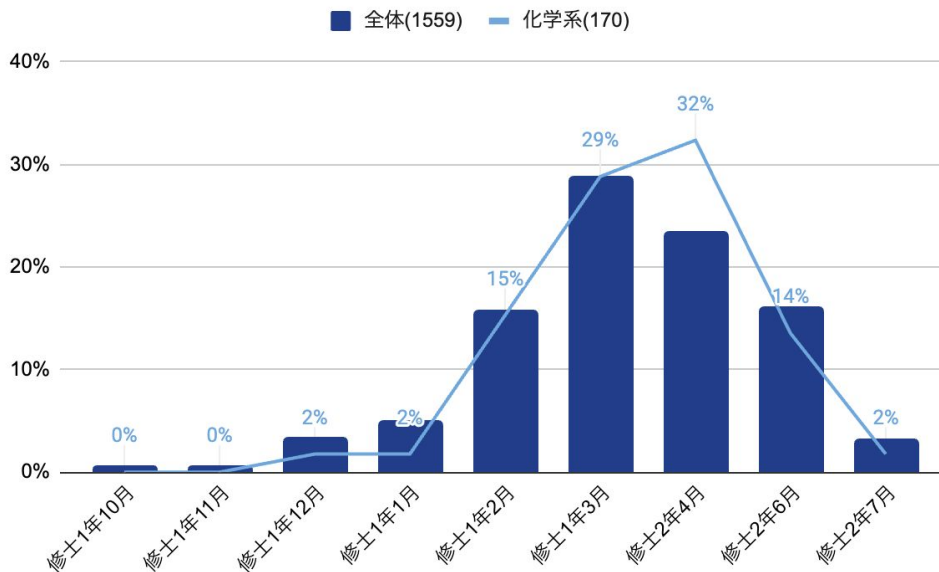


参照：2024年7月 25理系院生1,977名 就活動向調査

入社先を決める時期

化学系学生は修士1年2月～2年6月に入社先を決める割合が約90%を占める。
～修士2年4月までで約75%という結果に。

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）



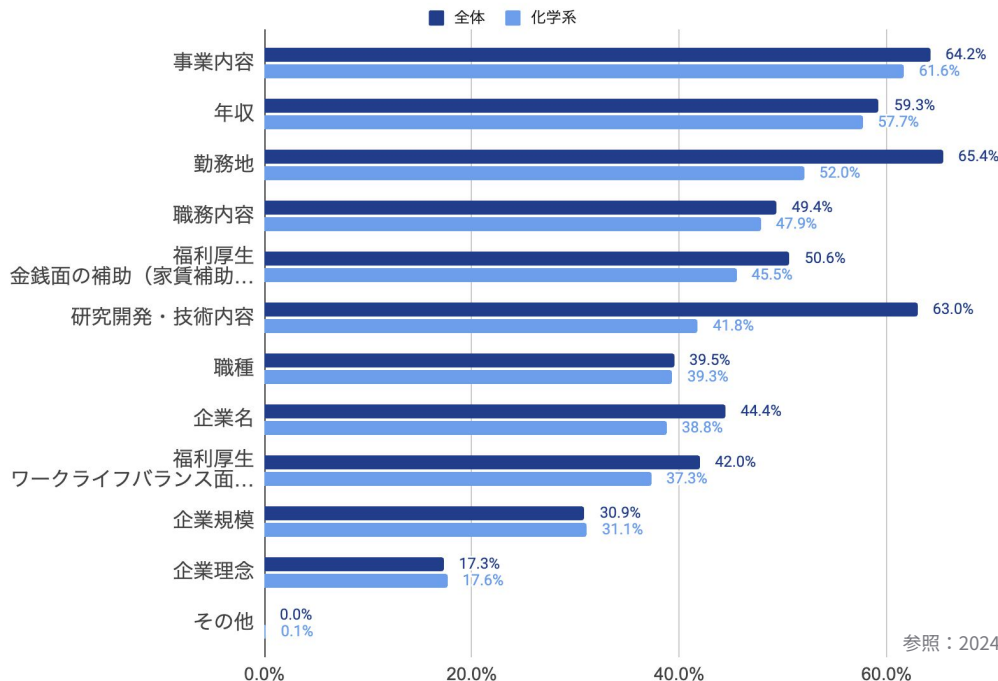
参照：2024年7月 25理系院生1,977名 就活動向調査

志望度に影響する情報と 内定承諾に関する情報

何を軸に企業を探すか

「事業・職務内容」や待遇面を軸に企業を探す割合が多い。

何を軸に応募する企業を探していますか。（複数回答）

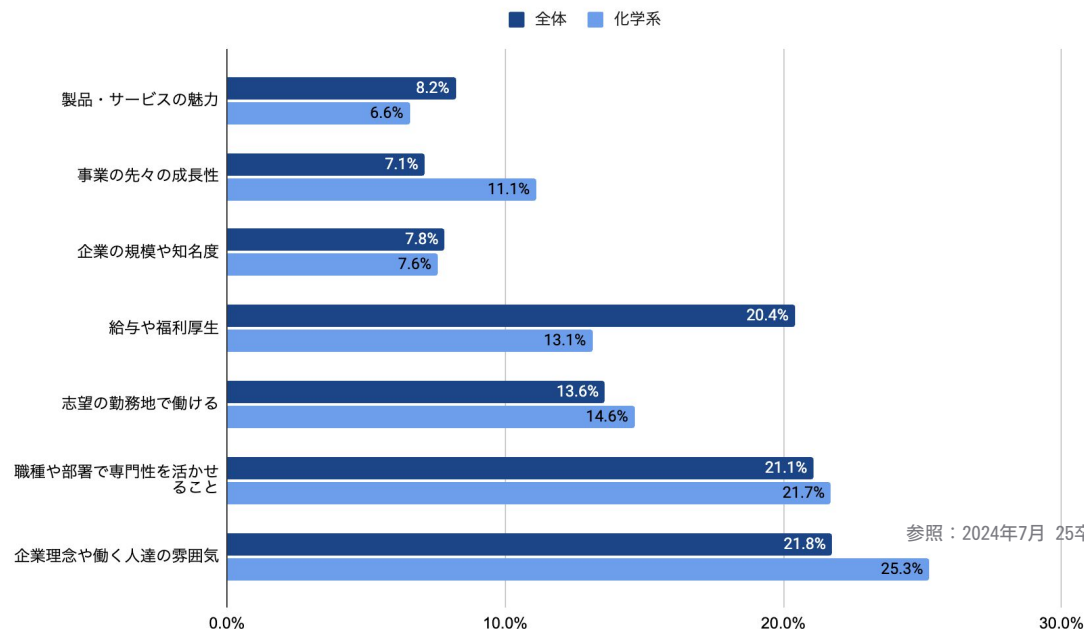


参照：2024年11月26卒理学院生936名 就活動向調査（n=936）

内定承諾先を決定する上で重要な要素 第一位

化学院生は「企業理念や働く人達の雰囲気」「専門性」を重視する傾向がある

内定承諾先を決定する上で重要だったものを、各内容に重要度を選択する形でお選びください。（選択式グリッド回答）



参照：2024年7月 25卒理系院生1,979名 就活動向調査 (n= 1,788)
※第1位の回答のみ抜粋

02

化学系大学院生を
惹きつける採用の
コツとは？

よくある課題

化学系院生の採用に悩む企業の課題は「自社が欲しい学生と出会えない」が大半

よくある課題 1

そもそも
エントリーが集まらない

- 知名度がなく、自然流入が期待できない
- 自社の魅力が伝わらず母集団形成ができていない

よくある課題 2

有効母集団が少ないため
歩留まり/承諾率が悪い

- エントリーは集まるが質が低く不合格が続いている
- 内定を出しても承諾してもらえない

化学系業界の名だたる大手企業も
「26卒で化学系院生が集まらない.....」
という声が多く発生している

化学系大学院生を惹きつける採用のコツ

1 有効母集団を増やすために、
化学系院生のスケジュールに合わせてアプローチする

2 有効母集団を増やすために、
アプローチ手法を最適化する

3 化学院生の声から紐解く設計ポイントを取り入れて、
インターンシップで惹きつける

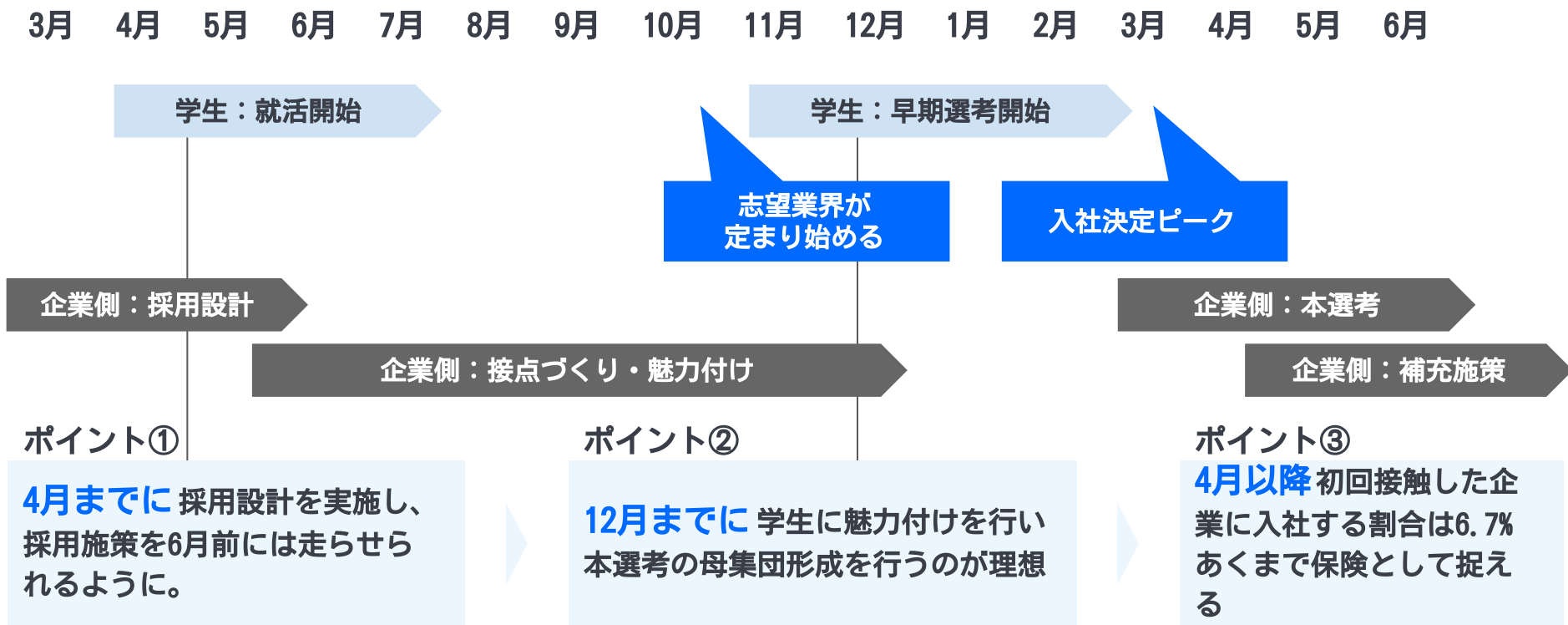
化学系大学院生を惹きつける採用のコツ

**1 有効母集団を増やすために、
化学系院生のスケジュールに合わせてアプローチする**

2 有効母集団を増やすために、
アプローチ手法を最適化する

3 化学院生の声から紐解く設計ポイントを取り入れて、
インターンシップで惹きつける

化学院生の就活スケジュールに合わせたアプローチをする



化学系大学院生を惹きつける採用のコツ

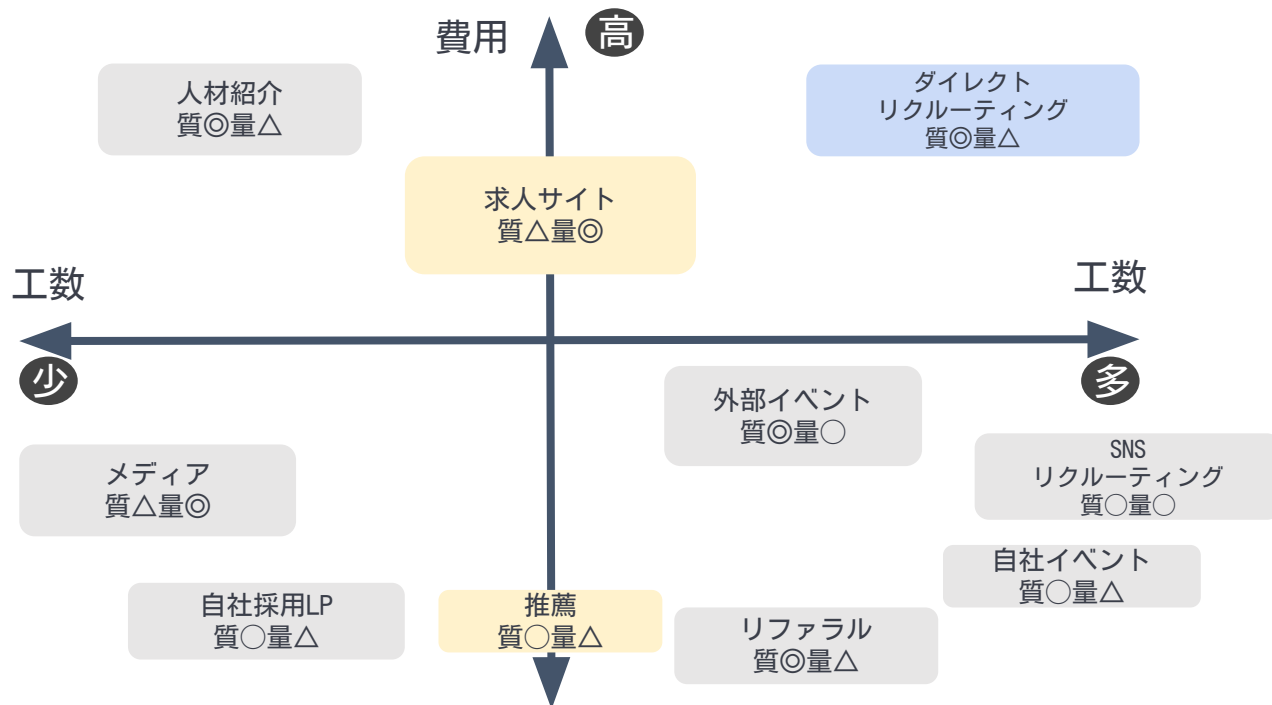
1 有効母集団を増やすために、
化学系院生のスケジュールに合わせてアプローチする

2 有効母集団を増やすために、
アプローチ手法を最適化する

3 化学院生の声から紐解く設計ポイントを取り入れて、
インターンシップで惹きつける

アプローチ手法を最適化

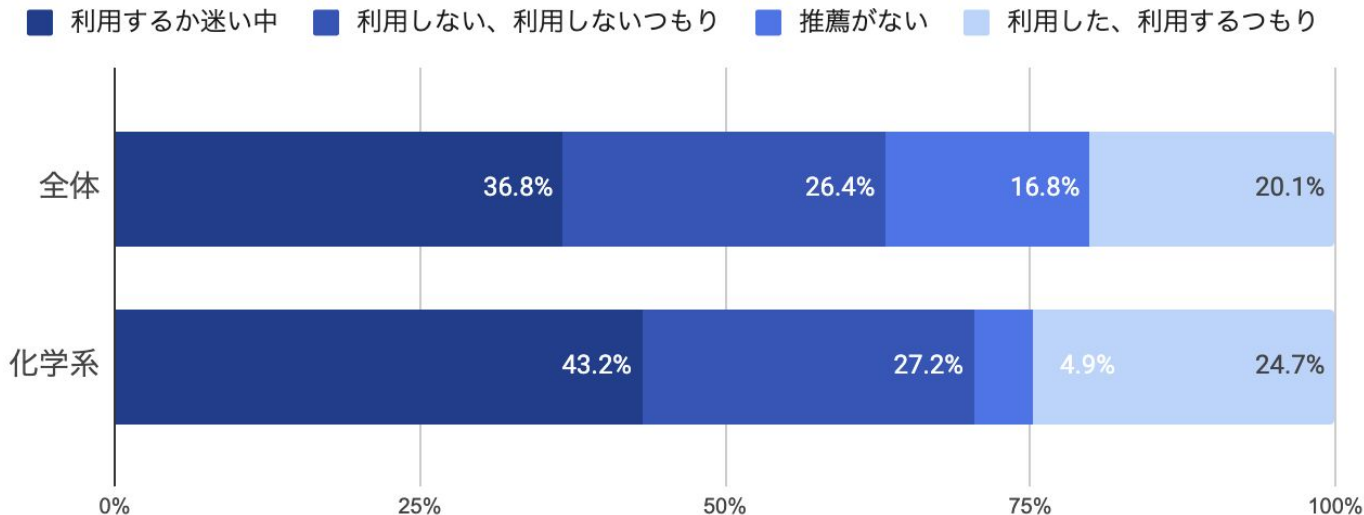
それぞれの強みや特性を活かして色々なチャネルを組み合わせることで、
有効母集団を増やす



【参考】26卒化学系院生の推薦利用意向

「利用するか迷い中」「利用しない、しないつもり」と回答した
化学系院生は約70%にものぼる。

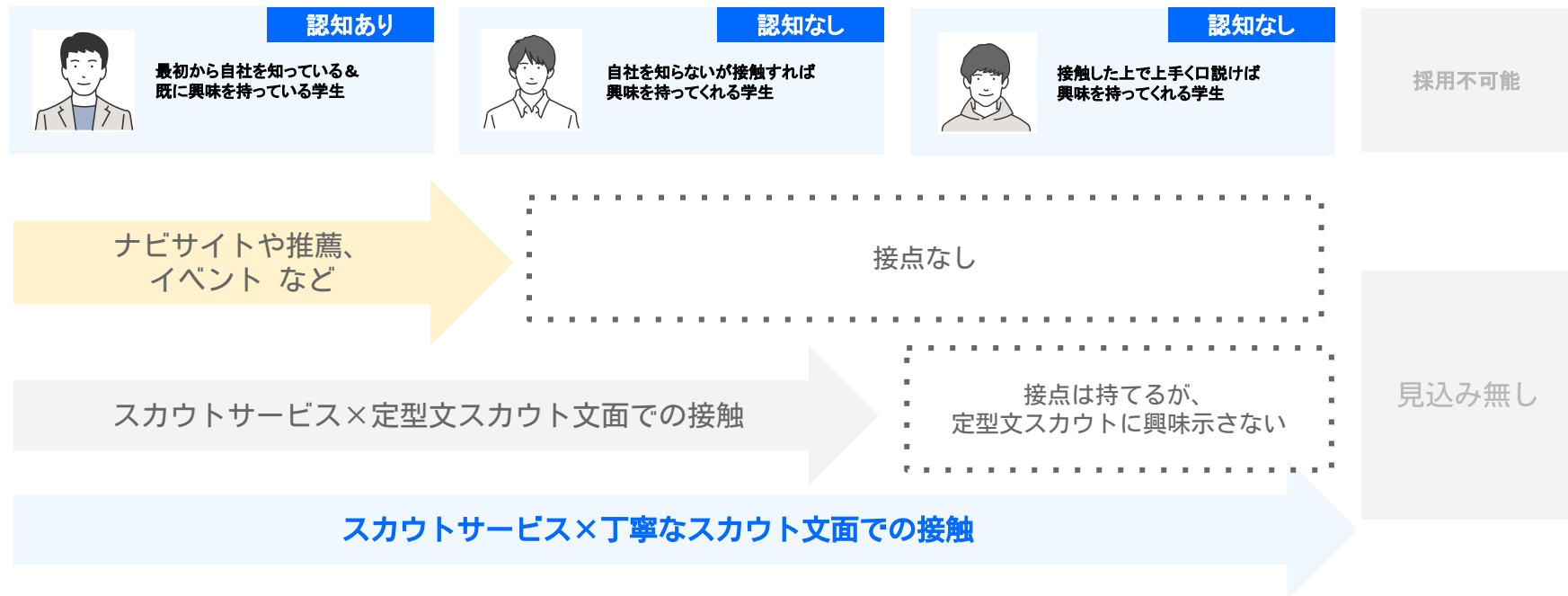
推薦利用意向を教えてください。推薦を利用したいと思いますか。（単一回答）



攻めの採用(スカウトサービス)は接触できる学生層が広がる

自社のターゲット学生を定め、「上手く口説けば興味を持ってくれる学生」まで
アプローチすることで有効母集団は増える

エントリーが起こりうる
学生層パターン



天然物化学系・有機合成関連の研究をする人材へアプローチ成功！ LabBase就職のスカウト承諾率60%という結果に

原薬専門メーカーA社 様

従業員数：300名規模
エリア：中部地方

採用ターゲット

- 募集職種：研究開発職（天然物系/合成系）
- 専攻分野：化学、農学 など
- 天然物化学系、有機合成関連の研究室に所属する学生は非常にマッチする
- 大学レベル：MARCH以上が望ましい

導入前の課題

- ナビサイトで一定集客できるが、有効母集団を増やしたい
- 勤務地ネックで辞退になるケースが多い

導入後の効果

- 約50通スカウトを送り、約30承諾。スカウト承諾率が60%という結果に。
- 研究内容がマッチした学生や（地方）にゆかりのある人材へピンポイントにアプローチが可能に

春からの早期接触、現場からのスカウトで、26卒早期選考で既に6内定3承諾！

化学製品メーカーB社 様

従業員数：100名規模

拠点：中国/四国地方

採用ターゲット

- 募集職種：総合職
- 専攻分野：化学、機械、電気など
- 研究キーワード：セラミック 酸化マグネシウム 無機化学
- 大学レベル：地方国公立以上

導入前の課題

- 有効母集団形成、認知度拡大
- 内定だし10名で内定承諾0。自社に合う人材と接触できていない課題があった

導入後の効果

- 早期化に合わせて、春から学生に接触することで有効母集団形成に成功
- 総合職ながら、各配属先の現場の社員がスカウトを打つことで、よりマッチした学生に会うことができた。

化学系大学院生を惹きつける採用のコツ

1 有効母集団を増やすために、
化学系院生のスケジュールに合わせてアプローチする

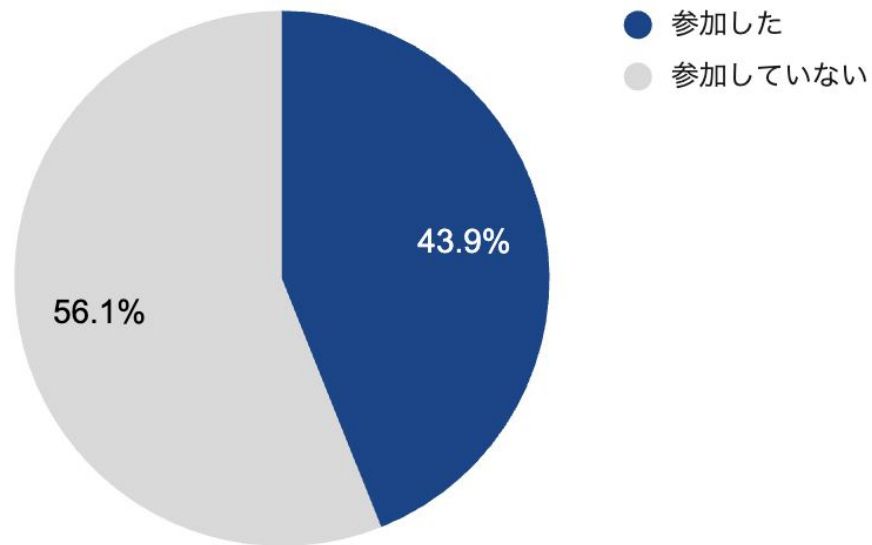
2 有効母集団を増やすために、
アプローチ手法を最適化する

3 化学院生の声から紐解く設計ポイントを取り入れて、
インターンシップで惹きつける

おさらい：内定先へのインターンシップ参加率

約44%の化学系院生が、入社予定先企業のインターンに参加している。

入社予定の内定先のインターンに参加されたものをお選びください。(複数選択可)

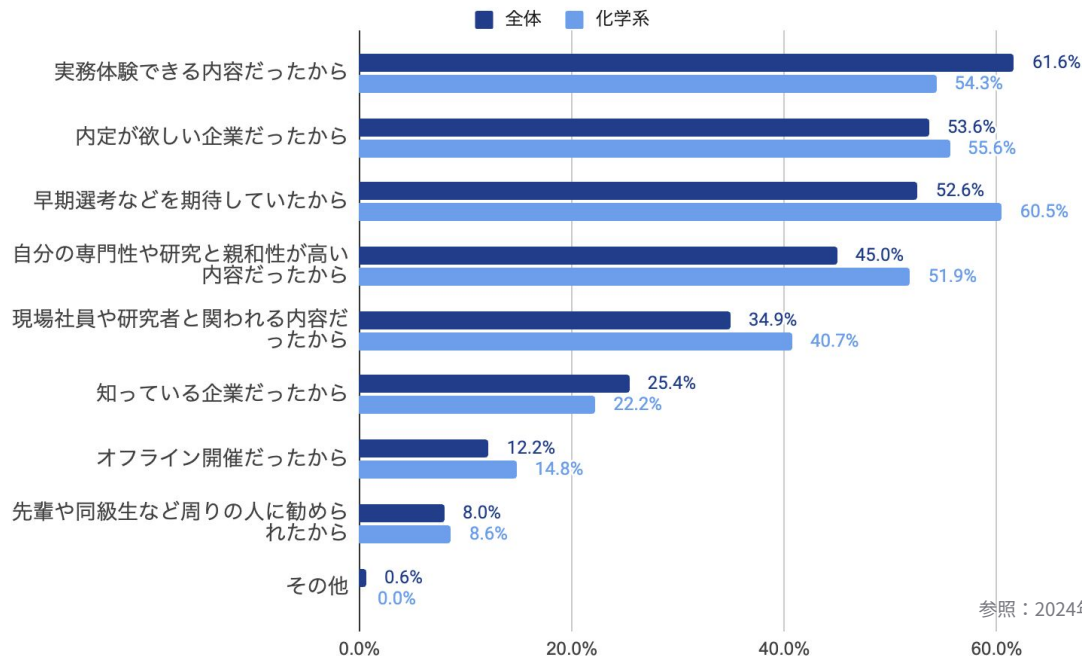


参照：2024年7月 25卒理系院生1,979名 就活動向調査 (n=1,788)
※選択式グリッド回答の結果をユニーク集計

化学院生がインターン参加を決める動機

自分の専門性や研究との親和性、現場社員や研究者と関われるか
といった部分がインターン参加に大きく影響する。

インターンシップ参加企業を決める際、動機になったものは何ですか。（複数回答）



参照：2024年11月26卒理系院生936名 就活動向調査（n=936）

採用の本質：学生が欲しい時期に欲しい情報を与えること

インターンシップでは特に 「ジョブを知る（体験する）」「対話し、深掘りする」が重要になる

フ
ェ
ー
ズ
就
活

会社を知る

ジョブを知る（体感する）

対話し、深掘りする

絞る・決める

学
生
の
行
動
例

- ・スカウトで知る
- ・就活情報サイトで知る
- ・イベントで知る
- ・先輩の紹介/口コミで知る
- ・推薦で知る

- ・Web情報からジョブを知る
- ・イベントでジョブを知る
- ・座談会や面談でジョブを知る
- ・インターンシップでジョブを知る（体感する）
- ・工場見学でジョブを知る（体感する）

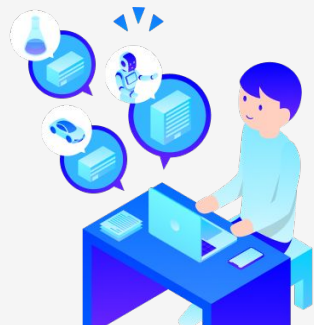
- ・人事面談でフィードバックをもらい、自分の伸び代を理解する
- ・現場社員との座談会面談で、働くイメージを深める
- ・個別面談でキャリア軸の整理される
- ・工場見学/会社訪問で働くイメージを深める

- ・面接を受ける企業を絞る
- ・面接を受ける
- ・最終面接を受ける
- ・内定→入社を決める
- ・内定者研修を受ける

化学系院生の声から紐解く、インターン設計で入れ込みたいポイント

実務体験や 実際の製品や設備を扱うことができる

業務内容に近い内容をいかに届けて
就職先としての疑似体験をさせられるか



現場社員との接点や対話で 理解が深まる

現場の方との接点をどれほどもち、
リアルな声を届けられるか？



フィードバックが丁寧

的確かつ成長実感を感じさせる、
個別で、頻度高くできるか？



化学系院生の声から紐解く、インターン設計で入れ込みたいポイント

夏/秋で特に良かったインターンシップの理由（24卒化学院生の声）

実務体験や
実際の製品や設備を扱うこと
ができる

- ・実際の製品を取り扱ってワークを行うことができ、塗料の調色を実際に体験することができた
- ・業務体験が現場のリアルに近い内容で、どのような仕事を行っているのかわかった
- ・実務体験をした。今まで事業内容について知る機会は多くあったが、実際にそれをどのように行うのか詳しい作業内容を知る機会は無かった。（会社名）のインターンシップでは、実際の仕事を体験し、どれだけ難しいものなのか体感 することができた

現場社員との接点や対話で
理解が深まる

- ・現場の方々と交流できた。実際の仕事内容について、必要な知識や能力等について知れた。
- ・社員との交流の時間も十分にあり、社風や社員の雰囲気なども十分に感じることができた。
- ・座談会で若手から中堅の方とお話しできたから。若手の方には就職活動や残業時間など聞きにくいこと、中堅の方には仕事のやりがいや将来性など熱い想いをお聞きし、企業や業界への志望度がかなり上がった。

フィードバックが丁寧

- ・社員や学生からのフィードバックを貰えた のも良かった。
- ・簡単なフィードバックがあり、会社の歴史や事業内容を知ることができた ため。
- ・現場の雰囲気を感じられたとともに、会社製品についてのワークショップがあったフィードバックをもらえ、そこから企業の考え方を知れた

参照：2022年7月 23卒理系院生1,895名
就活動向調査

フィードバックってどうすれば良いの？

GOAL

最終GOAL：自社への志望度を上げる

- 「成長実感」を与える（狙い：会社の疑似体験、成長意欲をくすぐる）
- 「今後の伸び代の気づき」を与える（狙い：会社の疑似体験、成長意欲をくすぐる）
- 学生をリスペクトし紳士に向き合う（狙い：社風や人の魅力を伝える）

誰が

- 経営層
 - 研究者・技術者
 - 若手社員
 - 現場社員
 - 人事、文系社員
- などさまざまな人から

何を

- ネガティブ/ポジティブな内容（伸び代）を
- 就活アドバイスや社会人としての伸び代を
- 企業ならではの観点で（考え方/文化）

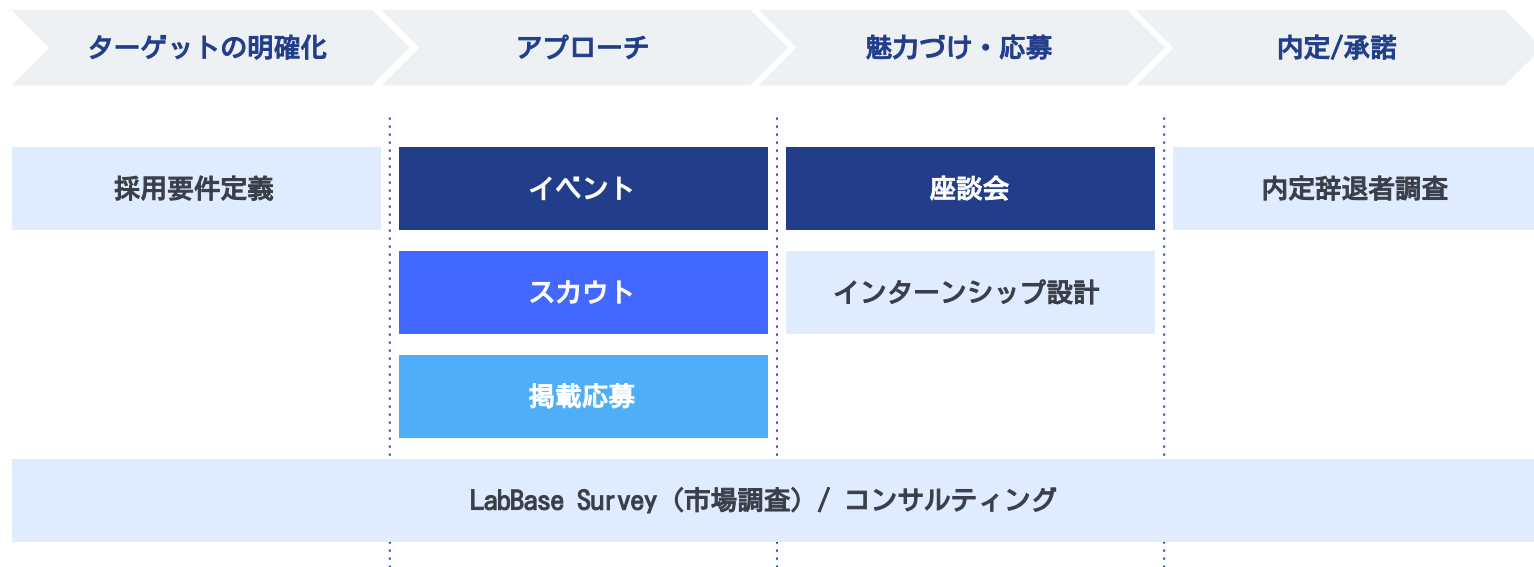
どのように

- 個別に実施
- （2days以上なら）インターン期間毎日
- インターン終了日に
- インターン後のフォロー面談（イベント）で

スタンス：インターンに参加する全社員で、学生1人1人をリスペクトする

LabBaseからのお知らせ

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



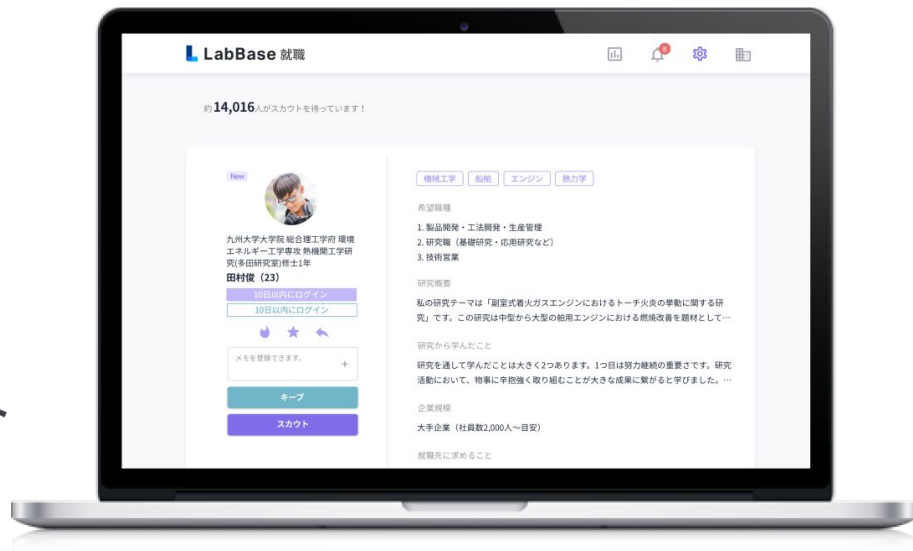
LabBase就職について - ダイレクトリクルーティング -

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** %
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

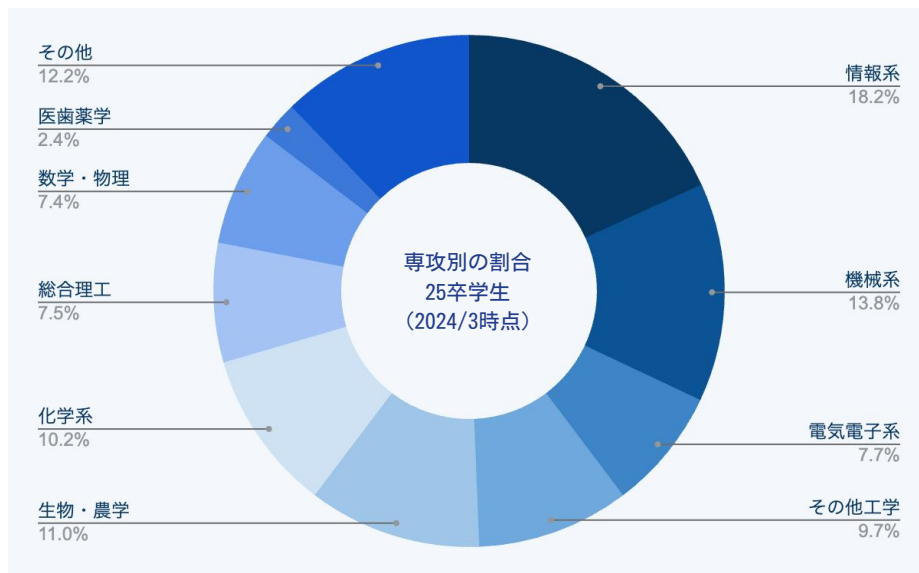
実績※2024年3月時点

26卒

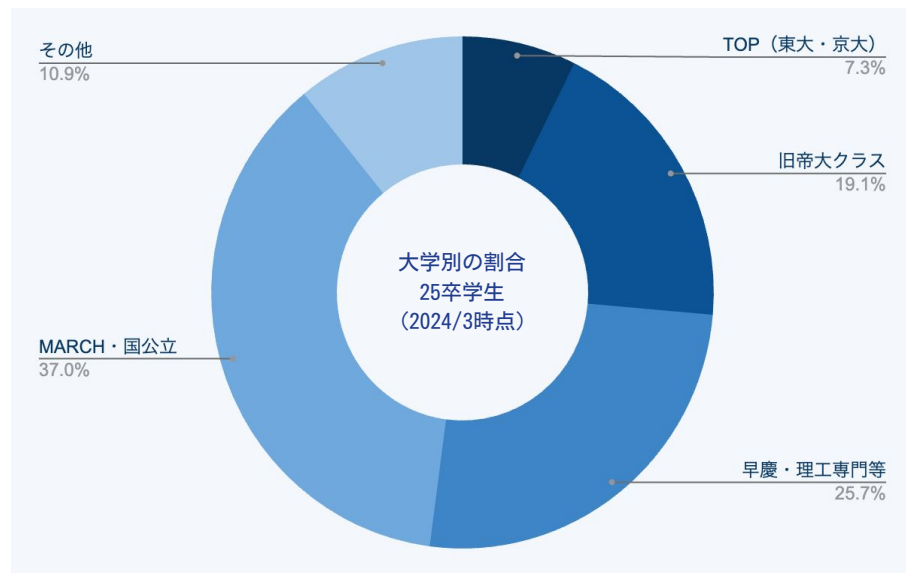
見込み※2025年3月時点

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 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（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

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。