

「量より質」の新卒就活エージェント

# career ticket

スカウトサービスを利用したことがある学生は6割超え

2022年卒大学生を対象に「スカウトサービスに関する調査」を実施

2022年卒対象

## スカウトサービスに関する調査

スカウトサービスを  
利用したことがある学生6割超え



career ticket



レバレッジズ株式会社が運営する新卒向け就職エージェント「career ticket（キャリアチケット）」は、2022年4月に大学卒業予定の男女303人を対象に、「スカウトサービスに関する意識調査」を実施。就活生がスカウトサービスをどのように利用しているか調査しました。全文は[こちら](#)よりご覧いただけます。

### ■本文

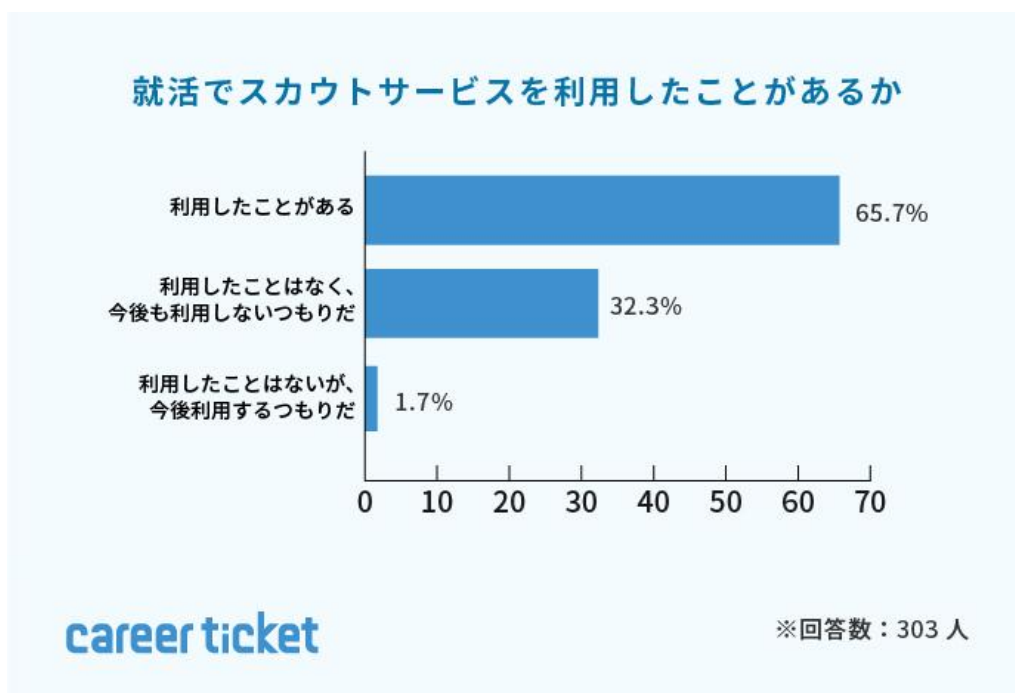
#### <調査サマリー>

- 1.就職活動でスカウトサービスを利用したことがある学生は6割以上
- 2.スカウトサービス利用者、「早期層」と「通常層」に二極化

### 3.学生は会社への興味とは別に、「自分へのオファー理由が書いてあるか」を重視

#### 1.就活でスカウトサービスを利用したことがある学生は6割以上

2022年4月に大学を卒業予定の男女303名に、就職活動時のスカウトサービスの利用状況を聞くと、「利用したことがある」が65.7%と、就活生の半数以上がスカウトサービスを利用していることがわかりました。「利用したことはなく、今後利用しないつもりだ」は32.3%、「利用したことはないが、今後利用するつもりだ」は1.7%と、8月時点でスカウトサービスを利用したことがない学生は3割に留まっています。



「利用したことがある」「今後利用するつもりだ」と回答した学生の理由として、下記の回答が得られました。回答の傾向から、スカウトサービスの学生ニーズは、主に「知らない企業と出会いたい」と「就活を効率良く進めたい」の2パターンあるようです。

#### ●知らない企業と出会いたい

「自分がまだ知らない企業が発見できるかもしれないから」

「選択肢が広がるから」

「いろんな企業を見つけるきっかけになる」

「自分だけでは見つけられない企業が知りたかったから」

#### ●就活を効率良く進めたい

「企業を探す手間が省けるから」

「エントリーする手間が省けると、自分からエントリーするよりも内定をもらえそうだと考えたから」

「プロフィールを登録しておくことで、複数の企業の選考に進めるから」

「数ある企業から自分に合う企業を選ぶのは大変だが、スカウトサービスであれば自分を必要としてくれる企業に最短で会うことができるから」

「企業側からオファーが来ることにより、マッチングに至るまでのスピードが早いと考えたため」

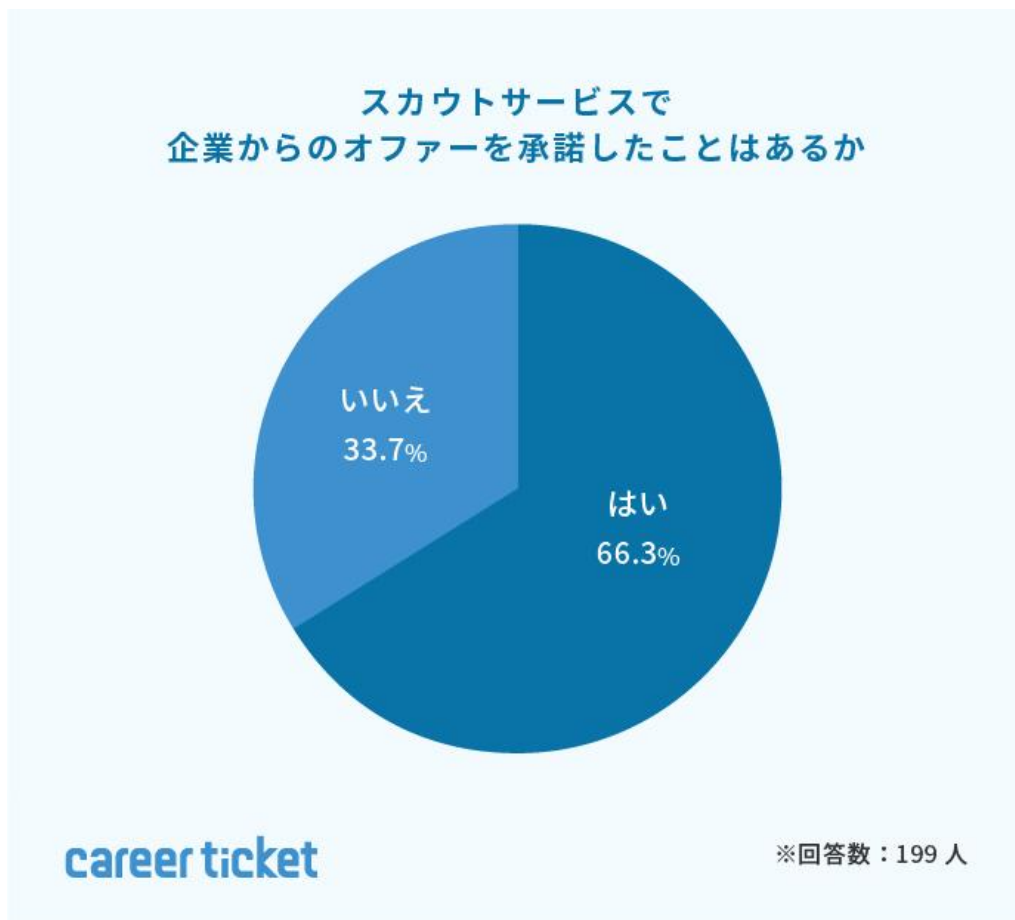
## 2.スカウトサービス利用者、「早期層」と「通常層」に二極化

学生のスカウトサービスの利用開始時期は、「大学4年生の4～6月(27.6%)」次いで、「大学3年生の1～3月(21.6%)」、「大学3年生の4～6月(20.6%)」となっています。この結果から、就職活動のピーク時に利用する学生と、大学3年の早期に利用する学生に二極化していることがわかります。前述したスカウトサービスを利用する理由に当てはめると、ピーク時に利用する学生は、「今エントリーしている企業だけでなく、まだ出会ったことのない企業を知りたい層」、早期にサービス登録している学生は、「就職活動を効率良く進めたい層」と考えられます。



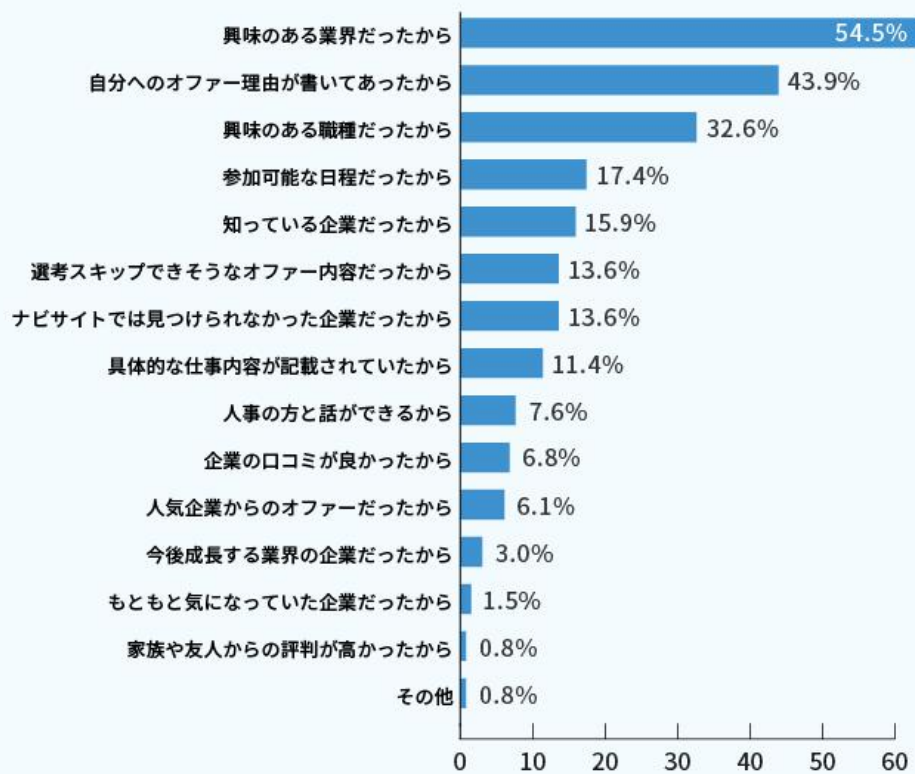
## 3.学生は会社への興味とは別に、「自分へのオファー理由が書いてあるか」を重視

スカウトサービスで企業からのスカウトを「承諾したことがある」と回答した学生は66.3%、「承諾したことはない」学生は33.7%となりました。



スカウトを承諾した理由の一番は、「興味のある業界だったから(54.5%)」となり、「自分へのオファー理由が書いてあったから(43.9%)」「興味のある職種だったから(32.6%)」と続きます。

## オファーを承諾した理由 (複数回答)

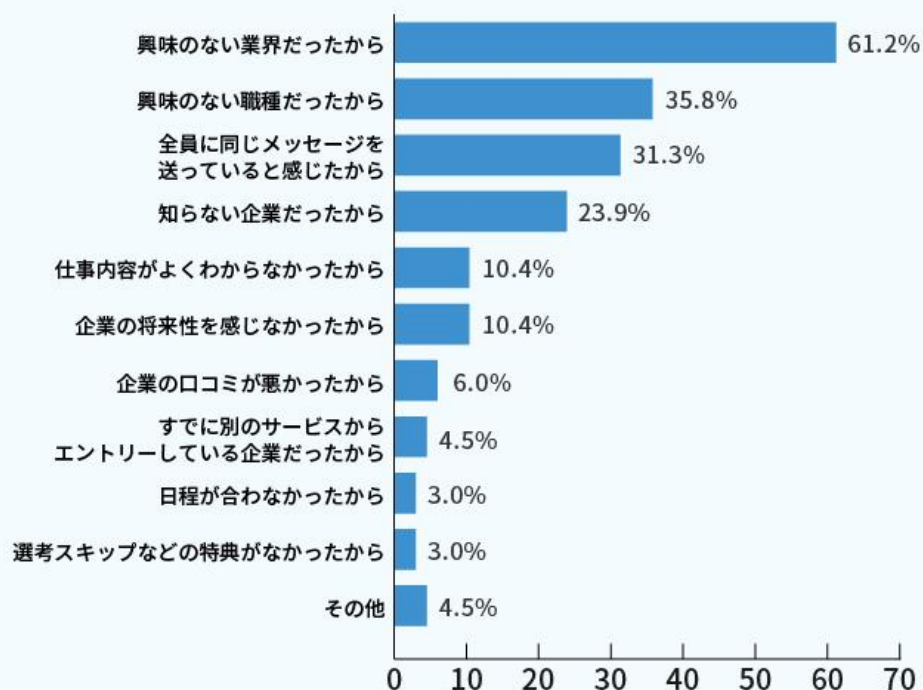


career ticket

※回答数：132人

スカウトを承諾しなかった理由をしてみると、業界や職種に興味がなかった回答のほか、「全員に同じメッセージを送っていると感じたから」といった回答も上位に挙がっています。

## オファーを承諾しなかった理由（複数回答）



career ticket

※回答数：67人

この2つのグラフを見ると、学生が企業からオファーを受け取る際、その業界や職種への興味関心はオファー承諾の大きな判断基準になっているといえます。それに加え、承諾した理由・しなかった理由のどちらも「自分だけにメッセージが送られているか」が関係していることから、学生はそのスカウトに「特別感」があるかどうかを重視していることが読み取れます。

「攻め」の採用手法と言われるダイレクトリクルーティング。就職活動の早期化に合わせ、早くから活動する学生と接点を持つとサービスを利用する企業は年々増えています。その分、学生は企業から多くのオファーを受け取っているはずですが、数ある企業の中で自社のオファーを埋もれさせないためにも、「なぜオファーしたのか」「プロフィールの何を見てマッチすると考えたのか」を丁寧に伝える必要があります。優秀な学生をピンポイントで採用するために、どれだけ学生一人ひとりと向き合えるかが、ダイレクトリクルーティングの成功の分かれ目といえるでしょう。

### <調査概要>

調査対象：キャリアチケットに登録している、2022年4月に大学を卒業予定の男女

調査時期：2021年8月4日～8月10日

調査方法：インターネット調査

回答者数：303人

引用・転載時のクレジット表記：「キャリアチケット調査」

「career ticket」について( <https://careerticket.jp/partner/concept/> )

これまでの就活支援実績は10,000名以上、就活生の4人に1人が登録している新卒紹介エージェントです。企業の知名度や先入観などの固定観念にとらわれない、学生と企業の価値観による「量より質」の高品質なマッチングを重視し、学生の母集団形成から入社までをサポート。採りたい学生や採用形態に合わせて、「就活カフェ」「スカウト」「マッチングイベント」など、複数の採用手法を提案し、従来出会うことができなかった学生とのマッチングを低コストで実現します。

## Leverages Group

---

社会の課題を解決し関係者全員の幸福を追求し続けることをミッションに、インターネットメディア・人材・システムエンジニアリング・M&A・不動産の領域で国や業界をまたいだ問題解決を行なっています。2005年に創業以来、黒字経営を継続し2020年度は年商507億を突破しました。各分野のスペシャリストが集うオールインハウスの組織構成と、業界を絞らないポートフォリオ経営で、時代を代表するグローバル企業を目指します。

本社所在地：〒150-6190 東京都渋谷区渋谷2丁目24番12号渋谷スクランブルスクエア24/25階

代表取締役：岩槻知秀

資本金 : 5,000万円

設立 : 2005年4月

事業内容 : 自社メディア事業、人材関連事業、システムエンジニアリング事業  
M&Aコンサルティング事業、ASP/SaaS/クラウド関連事業

URL : <https://leverages.jp/>

---

本リリースに関する報道関係のお問い合わせ  
レバレッジズ株式会社 広報部  
TEL: 03-5774-1632 MAIL: [pr@leverages.jp](mailto:pr@leverages.jp)