

## 【2023年卒】インターンシップなどの企業選びでは、「検索」よりも「スカウトメール」を活用。スカウトメールに記載されていると嬉しいポイントは「スカウト送付の理由」が最多。

株式会社学情は、2023年3月卒業（修了）予定の大学生・大学院生を対象に、就職活動に関するインターネットアンケートを実施。今回は、「スカウトメール」に関して調査しました。インターンシップなどの企業選びにおいて活用しているものは「インターンシップ情報サイトからのお知らせメール」が60.6%で最多。次いで、「スカウトメール」52.3%と続き、「メール」が、「条件を選択しての検索」や「フリーワード検索」を上回る結果となりました。スカウトメールに記載されていると嬉しいポイントは、「自分にスカウトを送ろうと思った理由」が71.8%で最多。「Web履歴書を読んでくれていると感じると、プレントリーしたくなる」などの声が上がっており、「自分宛」のメッセージを受け取りたいと考える学生が多いことが分かります。

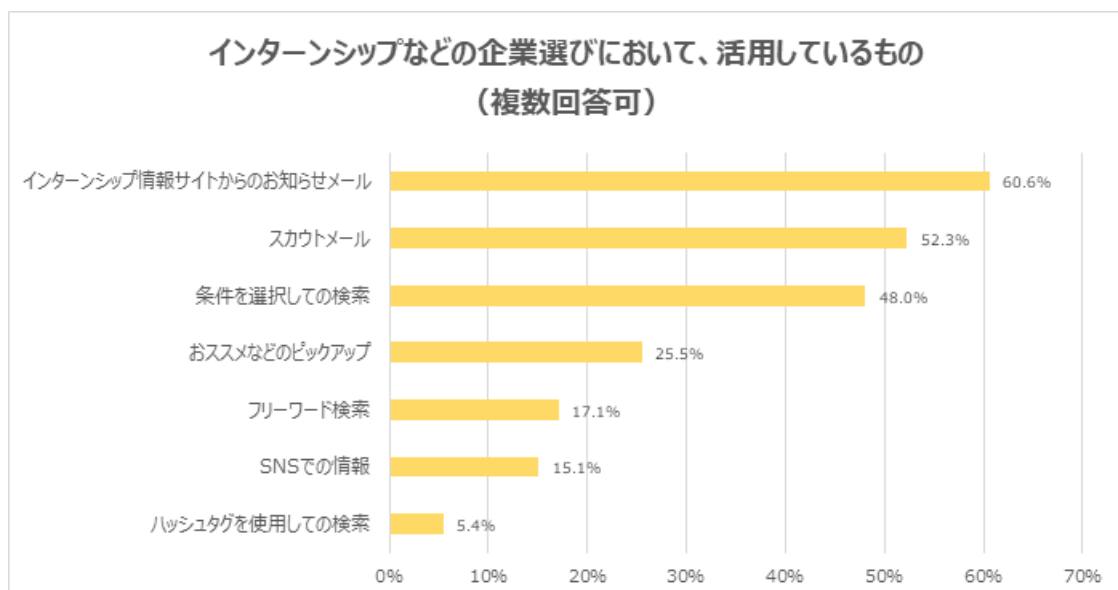
### 【TOPICS】

- (1) インターンシップなどの企業選びにおいて活用しているものは、「メール」が「検索」を上回る
- (2) スカウトメールに記載されていると嬉しいことは「自分にスカウトを送ろうと思った理由」
- (3) プレントリーしたくなるスカウトメールは「希望する職種と合っている」が最多。次いで「希望する業界と合っている」

### 【調査の背景】

デジタルネイティブであるZ世代は、オンラインでの情報収集や購買に慣れ、自身で検索するよりも「欲しい情報が送られてくること」を望み、「直感」で希望に近いと感じるものを選択したい世代です。パーソナライズされた情報に慣れ親しみ「自分宛」の情報を受け取ると好感度が上がり、自身に関係のない情報を受け取ると好感度が下がると言われています。「自分宛の情報」を重視するZ世代が、就職活動における情報収集を、どのように捉えているのか探りました。

- (1) インターンシップなどの企業選びにおいて活用しているものは、「メール」が「検索」を上回る



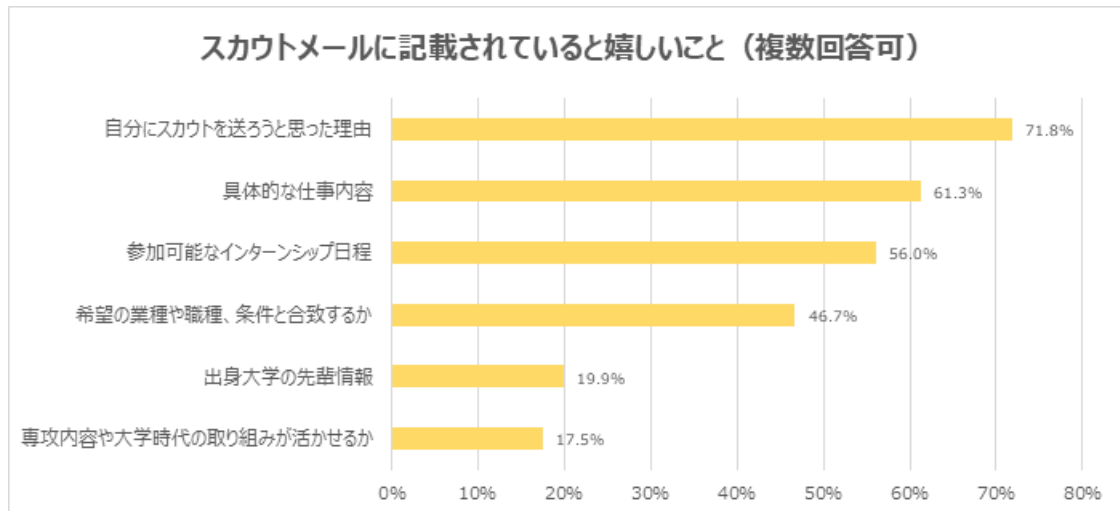
インターンシップなどの企業選びにおいて活用しているものは「インターンシップ情報サイトからのお知らせメール」が60.6%で最多。次いで、「スカウトメール」52.3%と続きました。「メール」が、「条件を選択しての検索」や「フリーワード検索」を上回る結果となっています。採用活動において、「スカウトメール」など

の「メール」が重要な役割を果たしていることが分かります。

### ▼分析

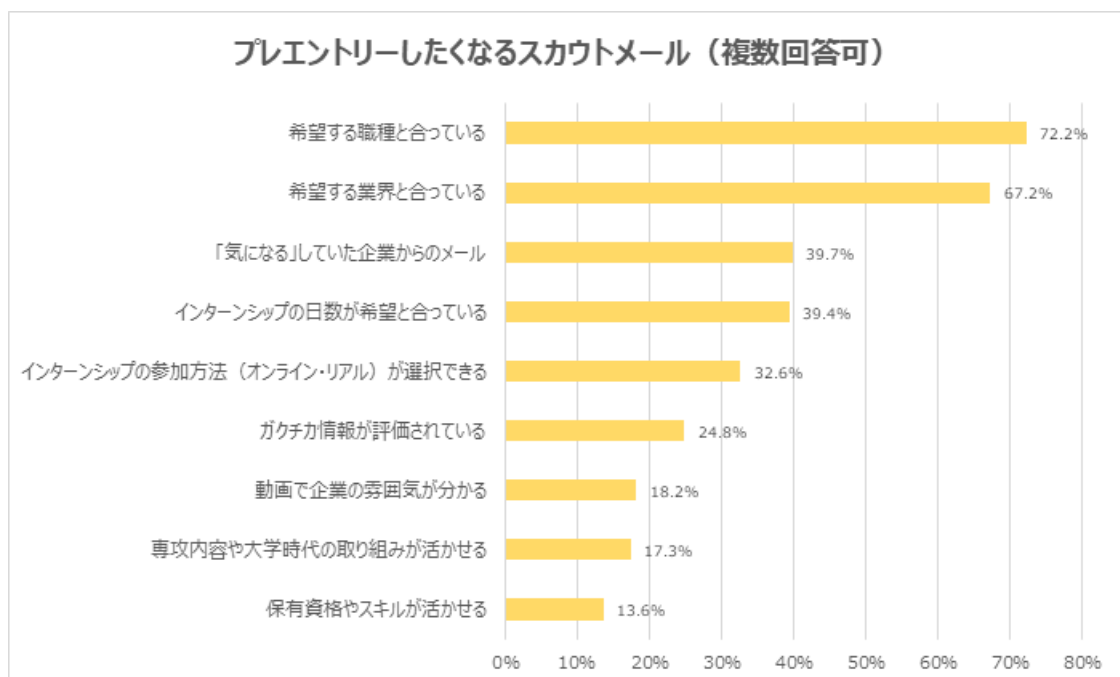
デジタルネイティブである Z 世代は、オンラインでの情報収集や購買に慣れ、自身で検索するよりも「欲しい情報が送られてくること」を望み、「直感」で希望に近いと感じるものを選択したい世代です。「自分宛」の情報と感じてもらえる情報を発信することが、Z 世代とのコミュニケーションにおいてはポイントとなります。

#### (2) スカウトメールに記載されていると嬉しいことは「自分にスカウトを送ろうと思った理由」



スカウトメールに記載されていると嬉しいポイントは、「自分にスカウトを送ろうと思った理由」が 71.8% で最多。次いで、「具体的な仕事内容」61.3%、「参加可能なインターンシップ」56.0%と続きました。「Web 履歴書を読んでくれていると感じると、プレントリーしたくなる」「どのような点を評価されてスカウトされたかが分かると、自身が活躍できるかイメージしやすい」などの声が上がりました。スカウトメールは、企業から学生に個別で送ることができるメールです。「なぜスカウトされたか」など「自分宛」のメッセージを受け取りたいと考える学生が多いことが分かります。

#### (3) プレントリーしたくなるスカウトメールは「希望する職種と合っている」が最多。次いで「希望する業界と合っている」



プレエントリーしたくなるスカウトメールは、「希望する職種と合っている」が72.2%で最多。次いで、「希望する業界と合っている」67.2%、「『気になる』していた企業からのメール」39.7%、「インターンシップの日数が希望と合っている」39.4%が続きました。

#### ■調査概要

- ・調査対象：「あさがくナビ 2023（ダイレクトリクルーティングサイト会員数 No.1）」へのサイト来訪者
- ・調査方法：Web 上でのアンケート
- ・調査期間：2021 年 10 月 21 日～2021 年 11 月 16 日
- ・有効回答数：589 名