

大企業景況感改善拡大

た。
先行きは、大企業の10
12月期がプラス7・3、2
024年1~3月期がプラ
ラ。

24・0、中堅企業がプラス
37・6で、いずれも過去最高
だ。中小企業はプラス
1。ドローンや360度カメ
ラを撮影した動画が見られる
QRコード

PR動画は社の歴史や事業
概要、本社工場を紹介する内
容。ドローンや360度カメ

じゅま経済



社屋前に並ぶミユキ化成社員を撮影するドローン=射水市戸破



ミユキ化成工場内をドロー
ン撮影した動画が見られる
QRコード

住

厚生労働省の労働経済動向
調査(5月)によると、20
24年新卒者の採用予定数を
増やすと回答した事業所の割
合は、高校卒や大学卒、高専
・短大卒、専修学校卒の各学
歴で前年を上回った。少子化
が進んでおり、学生優位の「売
り手市場」がより鮮明になっ
ている。

▼差別化

志願者の減少傾向が続くミ
ユキ化成は危機感を強める。
延澤隆史社長は「差別化が鍵。
独自性を打ち出して学生に注
目してもらおう」と話す。マイ
ナビ(東京)の意識調査によ
ると就活生の大手、中小志向
は同割合。企業規模にこだわ
らない姿勢が表れており、延
澤社長は地方の中小企業も情
報発信次第で人材獲得競争を
戦えるとみる。

PR動画は社の歴史や事業
概要、本社工場を紹介する内
容。ドローンや360度カメ

ラスチック部品製造のミユキ化成
(射水市戸破・小杉)は就職活動中の
学生に向け、仮想現実(VR)用ゴー
グルで視聴する自社PR動画を制作し
た。建設業の大高建設(黒部市宇奈月
温泉)がドローン撮影技術を生かして
協力。人材争奪戦が激化する中、異業
種連携による独自のPR戦略に活路を
見いだす。

(飯田章太郎)

ミユキ化成と大高建設

新卒獲得へVR動画



ラを撮影に活用した。就活生
はVRゴーグルを着用するこ
とで、その場にいるかのよう
に工場見学できる。今後、企
業説明会で活用する。

両社の連携は担当者が交流
サイト(SNS)で知り合っ
て始まった。大高建設は自社
版に続く動画制作となつた。
がける大高建設は、現場の安
全性を高めて人材確保につな
げようとデジタル技術を活用
した無人化に力を入れてい
る。ドローンによる測量は象
徴的な取り組みだ。豊富な実
績を生かし、近年は動画撮影
に技術を転用している。

両社は合同インターネットシッ
プの開催へ協議を進めてい
る。協力して参加者を集め、
動画を活用しながら各社に合
った人材獲得を目指す。大橋
社長は「ミユキ化成の精密な
ものづくりが気づきを与えて
くれる」と指摘。異業種交流
が社員の刺激になり、挑戦す
る姿勢が強まるよう期待を込
めれる。

感じてほしい」と話す。

にぎ

富山
生産
春開業予
島パーカ
式が13日
建設用地
者約40人
暮らしこ
ーマ別の
の安金を

富山県
生産
春開業予
島パーカ
式が13日
建設用地
者約40人
暮らしこ
ーマ別の
の安金を