

【建設業界向け】 機電系学生を振り向かせるコンテンツ設計のコツ

MEICARI



機電系学生の採用に向けた二つの壁

機電系学生の採用難について…本資料をお読みいただいている皆様の中にも、同じような悩みをお持ちの方が多くいらっしゃるのではないのでしょうか。実際、弊社にお問い合わせをいただく建設業界の企業様からも、頻繁にお伺いする悩みの一つです。本資料では、「機電系学生の採用難」に関する課題の原因と、それを解消するための打ち手についてご紹介いたします。

①母集団形成の壁（志望群に入らない）

機電系は学生数が少なく採用ニーズが高いため、競争が非常に激しい層です。彼らはメーカーやIT業界を志望する傾向が強く、建設業界は初期の選択肢に入りづらいのが現状です。さらに、建設業界の採用が土木・建築中心となり、機電系に向けた認知獲得の取り組みが不足していることも苦戦の要因となっています。

②イメージ払拭の壁（働くイメージが湧かない）

「現場か設計か」「自分の専攻がどう生きるか」について、業界理解が浅い学生にとってはイメージがしづらいのが実態です。加えて、「ハードワーク」といったネガティブな先入観が、応募の心理的ハードルを上げています。

建設業界における機電系学生採用は、「そもそも知られていない」という入口の課題と、「専門性がどう生きるか伝わっていない」という二重の課題が、採用難易度の根源です。

▶ 現状を打破するためには、単なる企業PRではなく、「機電系のスキルがいかに建設業界における事業に必要不可欠か」「入社後にどのような活躍ができるのか」を明確にし、「リアルな働くイメージを醸成させる」施策を用いることが重要です。

よく見られる以下の訴求は、機電系学生に刺さっていない

形に残る仕事



施工実績の紹介



スケールの大きさ



機電系学生の声

素晴らしい仕事だと思うが、
なかなか自分事には感じづらい

機電系学生の声

その中でどのように自らの専攻分野が活用されているのかの理解が難しい

機電系学生の声

裏側でどのような仕組み・システムが動いているのか、自分の専攻がどういきるのかイメージしづらい

異なるターゲットに対する一律の訴求は響かない。

- ▶ 「建物のスケール」など建築・土木系に響く王道のメッセージは、裏側のシステムに関心を持つ機電系学生には響きません。
両者は興味の対象が異なるため、一律の訴求内容では通用しないのが現実です。
機電系学生の採用施策においては、彼らの専門性や好奇心に働きかける「**機電系専用の訴求**」への転換が不可欠です。

機電系学生にとっての関心事項と自社をいかにつなげられるかが肝になる。

技術を見せる



ポイント

デジタルツイン・ドローン・AI…
あらゆる技術が建設現場では使われていることを発信。

成長を見せる



ポイント

メーカーではなく、建設現場だからこそ身につく「希少なスキル」は何かを訴求。

人を見せる



ポイント

どのような技術を持った人がいるのか
どのような背景をもって建設領域での
入社を決めたのかをアプローチする。

機電系学生にとっての関心事項と自社を如何に繋げられるかが肝になる。

機電系学生にとってイメージしづらい建設業界では、抽象的なアピールは響きません。メーカーとは異なる「働くリアル」を、以下3つの切り口から具体的に伝えることが重要です。

- ・技術：専門技術が巨大プロジェクトでどう生きるか
- ・成長：システム全体を俯瞰する経験でどう成長できるか
- ・環境：実際の現場や働く人のリアルな雰囲気

これらの解像度を徹底的に高めることで、初めてキャリアの選択肢として認知・興味を惹くことができます。

機電系学生の“心を掴む”コンテンツ

MEICARI

プロジェクトストーリー



【狙い】

巨大プラントの心臓部を動かす制御設計の裏側をドキュメンタリー化。
「巨大な装置の集合体」として建設を定義し直すことで、
メーカー志望の学生からの関心を早期から狙う。

■ 訴求ポイント

- ①プロジェクトの全体像
- ②各工程での役割
- ③使われている技術

■ 機電系学生に刺さるポイント

- ①建設業界×機電系職種の仕事内容がクリアになる。
- ②メーカー・IT職との仕事の違いがわかる。
- ③就業環境の実態を訴求できる。

■ 参考動画

<https://www.youtube.com/watch?v=GM8N0rQI3E4>

■ 学生の声

「建設業界って、ただ図面通りに作るだけだと思っていました。でも、システムをゼロから組み上げる『巨大な工作』だと知って、メーカーよりワクワクしました」（国立大・電気工学）

若手社員座談会

【狙い】

巨大プロジェクトの根幹を技術で支える、機電系出身社員のリアルな声を座談会形式で紐解く。「なぜメーカーではなく建設業界を選んだのか」「自身の専攻や技術はどう活かせるのか」を深掘りし、建設業界における機電系エンジニアの実態を発信する。

■ 訴求ポイント

- ①業務内容の詳細
- ②仕事の学びや成長感覚
- ③社風や人間関係

■ 機電系学生に刺さるポイント

- ①人間関係や社員の雰囲気わかる
- ②専攻との接続がわかる
- ③具体的な成長やキャリアパスの実態がわかる

■ 参考動画

<https://www.youtube.com/watch?v=ENokkZdwKRM>

■ 学生の声

「座談会動画で、若手のうちから裁量を持って現場を動かしている先輩を見て、成長スピードの速さに惹かれました」（私立大・機械工学）

機電系学生にとっての関心事項から逆算したコンテンツの設計を。

01

技術を見せる

機電系学生の最大の関心事は「自分の専攻が現場でどう活きるか」です。具体的な技術領域や業務の裏側を動画等の視覚的コンテンツで明確に発信できるかがカギになっています。リアルな「働くイメージ」を具体化させることが、初期の興味喚起と母集団形成の鍵となります。

02

成長を見せる

入社直後の専攻との繋がりだけでなく、中長期的なキャリアの指針を示すことも重要です。建設業界における非常に大きな規模の仕事において、自身の専門知見がどのように深まり、成長していくのか。技術者としてどうステップアップし成長できるのか、リアルな未来のロードマップを提示しましょう。

03

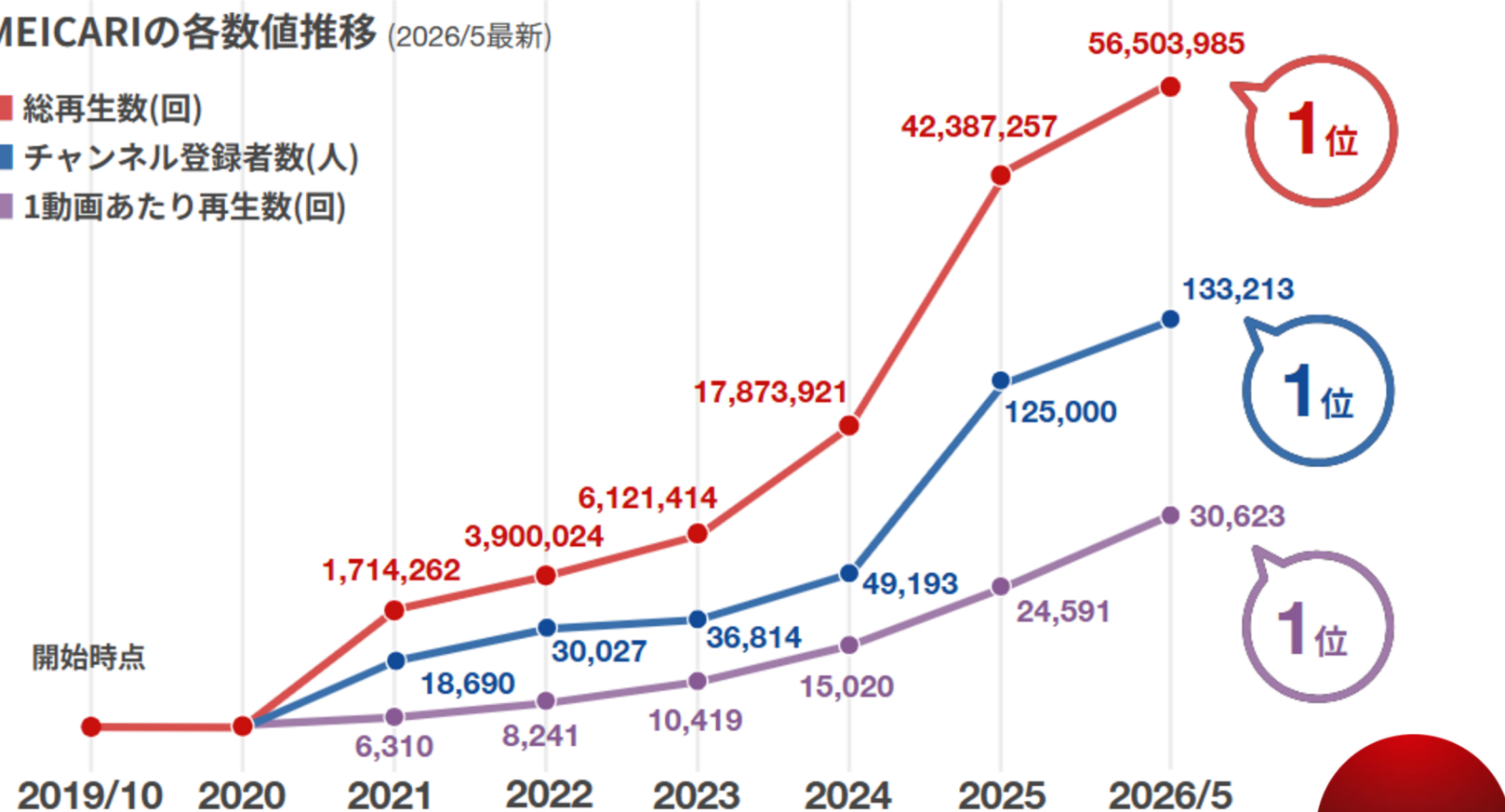
人を見せる

専攻問わず、昨今の学生は「社風とのマッチ度合」を強く重視します。現場のイメージが湧きにくい建設業界だからこそ、一緒に働く技術者や先輩社員のリアルな声、職場の雰囲気を通して透明性高く伝えることが不可欠です。

就活系No.1 YouTubeチャンネルを運用してきた確かな実績

MEICARIの各数値推移 (2026/5最新)

- 総再生数(回)
- チャンネル登録者数(人)
- 1動画あたり再生数(回)



*就活系YouTubeチャンネル、当社調べ、2026年6月時点

MEICARI

登録者数

133,000 人超

総再生数

56,500,000 回超

2026年6月時点

チャンネル登録者数、総再生数、1動画あたり再生数などにおいて、
ハイクラス向けでNo.1の就活系チャンネル『メイキャリ』を運営しております。

また、定期的に学生への就活状況や業界イメージに関する調査を行っており、
時期や目的に応じた、学生が見たいコンテンツを制作・運用することが可能です。

属性

年次：26-28卒

学群：旧帝大、早慶、MARCH、地方国公立 中心

志望・内定業界：

総合商社、コンサル、広告、金融、インフラ
エンタメ、メーカー、テレビ局、ベンチャー
など幅広い企業を志向

サポート内容



企画：

ご提案・企画など、制作前の段階で
学生の意見を反映しております



クリエイティブチェック：

制作したクリエイティブは都度学生の確認を
挟んでおり、トレンドの移り変わりが激しい
世代の動向を常にウォッチしています。

新卒・中途採用に特化した動画制作を行うMEICARIのチームが、専任体制でサポートいたします。

テレビ番組制作に携わってきた企画・映像・生放送のプロフェッショナルが全体の制作・運営を担当いたします。

コンサルティングチーム



浅川 智基

明治大学を卒業後、株式会社キーエンスにて、経営層・生産管理向けの法人営業に従事後、製造業の本質的な課題は採用にあると実感し、ジョイン。現在はHR動画領域のコンサルタントとして活躍。



川口 瑞樹

京都大学法学部を卒業後、大手企業を経てベンチャー企業にて採用マネージャーに従事。BETAにジョイン後、メディア事業の立ち上げから責任者として従事。



石黒 愁大

新卒でディップ株式会社に入社し、大手法人向けの営業に従事。その後、株式会社セールスフォース・ジャパンでのDXソリューション営業を経てBETA株式会社にジョイン。

制作チーム



登坂 勇生

早稲田大学卒業後、TBSテレビに入社。「炎の体育会TV」等の制作やCM営業を経て、社長賞を受賞。事業承継アドバイザーとして1年目で歴代売上記録を更新。その後、BETA株式会社にジョイン。



藤本 彰

上智大学卒業後、制作会社にて日本テレビ「news zero」等のスポーツニュース番組制作に従事。井上尚弥や八村塁など多数のアスリートの取材から、VTR編集まで番組制作全般に携わる。



高瀬 美緒

テレビ局にてディレクターとしてTV番組制作に従事し、現職。〈過去担当番組〉「ヒルナンデス！」（日本テレビ）「24時間テレビ」（日本テレビ）



【まずは10分】採用動画の無料相談

＊弊社サービスの導入実績

金融	メーカー	商社	コンサル・IT	不動産・インフラ	その他
 MUFG	 三菱重工	 三菱商事	 NTT Data	 三菱地所	 dentsu
 JCB	 AGC	 住友商事	 NTT 東日本	 鹿島	 理化学研究所
 野村證券	 P&G	 HANWA	 docomo	 TOKYO GAS	 商船三井
 MS&AD MS&ADインシュランスグループ	 KIRIN	 日鉄物産	 Microsoft	 TEPCO 東京電力ホールディングス	 農林水産省
 第一生命	 HONDA The Power of Dreams	 JFE 商事 株式会社	 accenture	 Daiwa House	 警察庁 National Policy Agency

業界のトップランナーである大手企業を中心に、累計800社以上のHR・動画DXを支援。
年間3,000本を超えるコンテンツを提供しています。



会 社 名	BETA株式会社
設 立	2019年4月25日
資 本 金	4,200万円
従 業 員 数	120名(業務委託を含む)
東 京 本 社	東京都港区芝大門二丁目2番2号 芝大門サンワビル4F
名古屋支社	愛知県名古屋市中村区椿町1510 11階
代 表	長沼健一
事 業 内 容	動画コンテンツの作成・運用
許可 / 認定	厚生労働大臣許可番号 有料職業紹介事業 13-ユ-316928 プライバシーマーク（Pマーク）登録番号第 19001533(01)号
取 引 銀 行	三菱UFJ銀行/三井住友銀行/みずほ銀行/あいち銀行/名古屋銀行
顧問弁護士	法律事務所ZeLo
顧問税理士	細見税理士事務所