

# 建設産業の魅力を発信するためのアクションプラン（概要）

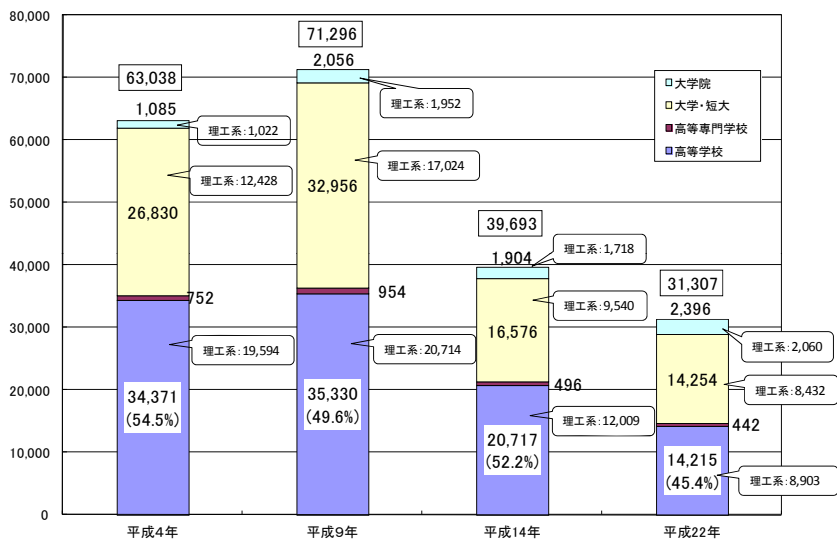
---

# 建設産業の担い手における課題について

## (1) 建設産業の担い手を巡る現状

- 近年の契機の低迷や公共投資の減少傾向などにより、建設産業を取り巻く環境は厳しく、過剰供給構造による受注競争の激化などにより、地域を支える建設産業が疲弊し、就労環境が悪化、担い手の確保に支障。
  - ・ピーク時と比べて建設投資が半減する中で許可業者は約2割の減少
  - ・建設業就業者数がピーク時と比べて約3割の減少
  - ・建設業就業者の輩出元と期待される大学・大学院の土木・建築学科系学生や高校卒業生の理工系入職者がともに減少
  - ・就業者に占める55歳以上の割合が約33%、29歳以下の割合が約12%
- 建設業は、災害時には地域社会の安全・安心の確保を支える「国土や地域守り手」として、初動対応から復旧作業に至るまで、災害の大小を問わず、現場の最前線において大変重要な役割を果たしており、災害対応空白地帯の発生など、建設産業の疲弊による災害対応力の減退が懸念。

### 建設業者における 新規入職者数の推移

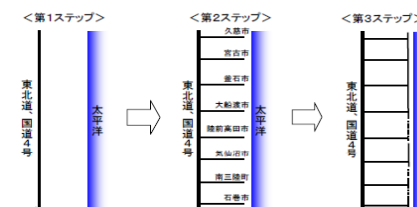


### 建設業者による災害対応の様子

#### <九州豪雨災害での対応>



#### <東日本大震災における「くしの歯作戦」での対応>



# 建設産業の担い手における課題について

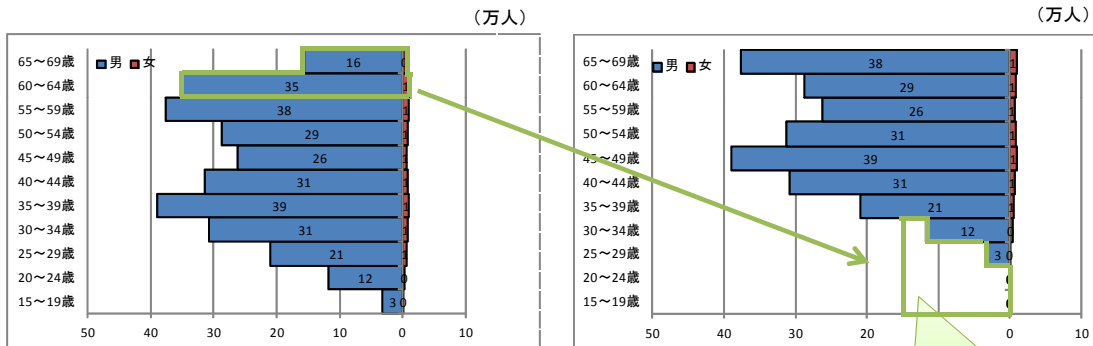
## (2) 将来の担い手不足

- 技能労働者数の将来推計では、建設投資額の生産に必要な技能労働者数が将来的に確保されない、技能労働者のミスマッチが発生する可能性あり。また、現在、60歳以上の建設技能労働者等は52万人存在(全体の約18%)し、10年後には、これだけの人数が引退し、それ以外の年齢層においても年齢の上昇が見込まれる以上、若年入職者を確保していくことが必要。
- 建設産業がかつてない厳しい状況にあることを踏まえ、「建設産業の再生と発展のための方策2011及び2012」(建設産業戦略会議とりまとめ)では、将来的にも地域を支え得る足腰の強い建設産業を構築するために、総合的な担い手の確保・育成支援が必要であることを提言。
- 技能労働者の就労環境の構造的な改善に取り組み、若年者の入職と入職後の育成を図るなど、担い手となる技術者や技能労働者の確保・育成を積極的に展開することが提言された。
- この提言を受け、「担い手確保・育成検討会」において、以下に関し具体的な検討が行われている。
  - ①専門工事業者等評価 ②技能労働者技能の「見える化」 ③登録基幹技能者の更なる普及 ④技能労働者に対する教育訓練 ・戦略的広報

### 建設技能労働者の人口ピラミッド

平成22年の建設技能労働者等の人口ピラミッド

10年後(平成32年)の建設技能労働者等の人口ピラミッド(想定)



これだけの技能労働者を、若年入職で補填しなくてはならない。

### 担い手確保・育成検討会

建設産業戦略会議の提言を踏まえ、建設産業の担い手の確保・育成のあり方に関する5つのテーマの具体的な方向性を議論するため、有識者のほか、当事者である関係団体、地方公共団体を構成員とする「担い手確保・育成検討会」を設置。

#### <メンバー>

- 有識者
  - 大森 文彦(弁護士・東洋大学法学部教授)
  - 蛭澤 宏剛(芝浦工業大学工学部教授)
  - 古坂 秀三(京都大学大学院工学研究科准教授)
- 関係団体
  - 全国建設業協会、日本建設業団体連合会、全国中小建設業協会、建設産業専門団体連合会、建専連構成団体、日本電設工業協会、日本空調衛生工業協会
- 地方公共団体
- 国土交通省
  - 大臣官房 地方課、技術調査課、営繕部計画課、土地・建設産業局 建設業課、建設市場整備課、港湾局 技術企画課

#### <内容>

- ・専門工事業者等評価
- ・技能労働者技能の「見える化」
- ・登録基幹技能者の更なる普及
- ・技能労働者に対する教育訓練
- ・戦略的広報

#### 第1回検討会(9月24日)

- ・現状・課題の把握
- ・問題意識の共有

#### 第2回検討会(11月26日)

- ①専門工事業者等評価制度
- ②技能労働者の技能の「見える化」
- ③登録基幹技能者の更なる普及
- ④技能労働者に対する教育訓練
- ⑤戦略的広報

#### 第3回検討会(2月20日)

- ・①、②、⑤:WTIにおける検討を踏まえご議論
- ・③、④:検討会においてご議論

#### 第4回検討会(3月25日予定)

- ・それぞれの検討事項の具体化の基本的な方向性や今後の進め方についてとりまとめ

#### WTIの開催

- 戦略的広報WTI  
(11月12日、12月17日、2月19日、3月開催予定)
- 技能労働者の技能の「見える化」WTI  
(12月5日、1月21日、2月20日、3月下旬開催予定)
- 専門工事業者等評価制度WTI  
(1月31日、3月上旬開催予定)

# 建設産業の魅力を発信するために今後取り組むべき方向

## (1) 基本的な考え方

### ① 課題と反省:

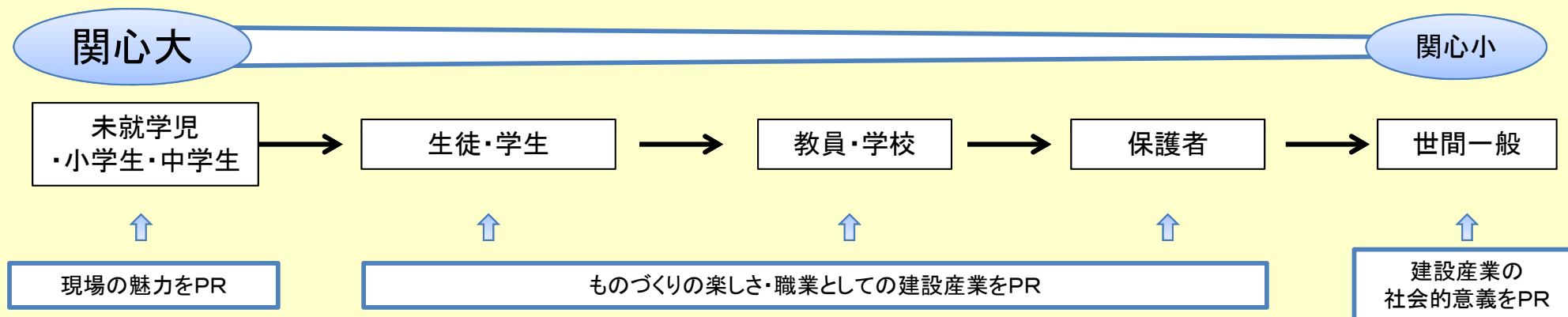
- 建設産業における広報は、各団体や企業が取組を実施し、一定の効果があつたものと思われる。
- しかし、建設産業に関心を示す若者が大きく減少。世間一般と建設業関係者との認識に大きなギャップがあるのが現状。
- 大手マスコミや世間の建設産業に対するイメージはむしろ厳しいものとなっている。
- 理解を得たいマスコミや世間一般の受け手になぜこれまでの広報が届いていなかったかどうかが省みるべき
- i. 現状分析 ii. 具体的な目標設定と伝える内容の設定 iii. 適切な方法による受け手への発信  
iv. 成果の把握と目標達成度合いの評価 v. 取組の改善

といった課題を踏まえた上で、一連の対応を戦略的広報として打ち出していくことが必要。

### ② 戦略的広報を進める狙い

- 学生の関心が建設産業にむけられていない中で入職促進の積極的推進は待ったなし。
- 従来のマイナスの受け止め方をプラスの方向へと繋げることが必要。
- 良好な関係作りのために必要な双方向コミュニケーションへ

### ③ 戦略的広報のターゲット



## (2) 戦略的広報に向けたポイント

### ① 双方向コミュニケーション

- 暮らしを支える社会資本のように、見えないものの大切さ、見えにくい価値や役割をに気付いてイメージしてもらえようなコミュニケーションの実施。
- 受け手の理解や信頼を得ることから始め、共に社会を築いていくという方向。

### ② 受け手に合わせた広報:

- 想定している受け手に、今まで見えていないものに「気付いて」もらい、意識されることが必要。  
→ ・ 戦略的なテーマ設定によりメディアの関心を引く。
  - ・ “説得”ではなく“共感”
  - ・ 顔が見える広報
  - ・ 受け手の関心に引き寄せて注目を集めるシナリオ

### ③ 戦略的メディアチャネルの設定

- 伝えたい受け手と広報テーマに応じて戦略的にメディアチャネルを設定。
- 様々な手法を駆使して、次の世代のために建設産業は取り組んでいるというメッセージを発信する広報を推進。
  - ・ 影響力が大きいテレビ・ラジオ・新聞・雑誌等のマスコミへの働きかけ
  - ・ 現代のクチコミであるソーシャルメディアの活用
  - ・ 様々な専門領域で影響力のある人へのアプローチ 等

### ④ PDCAサイクル

- 広報の質を上げるため、その都度効果測定し、反省を今後の広報に活かす。
- PDCAサイクルを確立していくことが必要。

# 建設産業の魅力を発信するために今後取り組むべき方向

## (3) 戦略的広報に向けた提案(アクションプラン)

### 1) 前提

- ① 団体等の自主的な創意工夫をもとにする:各団体の自主的な創意工夫に基づき、各団体の考え方に沿って広報を実施していく。
- ② 持続的な取組による:一過性のものではなく、持続的な取組により、根気よく継続して実施していく。
- ③ 身近な広報活動から始める:まずは身近な広報活動から取り組んでいく。

### 2) 建設産業の横断的な取組

- ① 必要性:若者の入職促進待ったなし。世間との大きなギャップ  
→ 建設産業全体の視点を持って、共通の目標を持ち、共通の戦略を持って、個々の立場を超えた取組を連携して進める。
- ② 建設産業界一体となった情報発信に向けた体制の整備
  - 関係団体により構成される建設産業の魅力発信推進協議会(仮称)を立ち上げる。
  - 協議会では、教育機関やマスコミなど建設業以外の有識者も参加することにより、外部の視点を取り入れ、各団体の特徴ある広報の取組を共有し、業界横断的な発信や支援の取組を具体的に検討・推進する。

### 3) 若年者の入職促進に向けた取組

- ① 建設産業に対する理解の醸成  
: 若年者の入職促進のためには、建設産業の姿を正しく伝え、まずは建設産業に対する理解を醸成していくことが必要。そのため、建設産業の果たしている社会的意義・役割、今後社会資本の本格的な維持管理の時代を迎える中での建設産業の将来性などについて、若者に届くように情報発信していく。
- ② 受け手に応じた取組
  - イ 子供に対する働きかけ(子ども向け教材、マスコットなど)
  - ロ 生徒・学生に対する働きかけ(現場見学会・富士教育センターでの体験学習、相談会や就職セミナーの開催、建設業関連資格の紹介・取得支援など)
  - ハ 学校・教員との連携(定期的な意見交換会など)
  - ニ 保護者に対する働きかけ(建設産業の社会的意義や役割などが分かる資料の作成・提供等)
- ③ 入職促進に向けた取組・ノウハウの共有
  - 各団体・企業で実施している広報の取組の情報共有化を図る。
  - 各団体、企業で実施している広報の取組のうち、優良事例のノウハウを抽出し、各団体・企業における広報活動にフィードバック。
- ④ 入職促進に関する関係機関との連携
  - 建設産業界と中学・高校・専門学校等との連携を強化。

# 建設産業の魅力を発信するために今後取り組むべき方向

## (3) 戦略的広報に向けた提案(アクションプラン)

### 4) 一般的な広報活動の推進

#### ① 業界横断的取組の推進

- ・ 建設業界全体として取り組む事でより高い効果が期待される業界横断的な取組を推進
- ・ 建設産業の魅力を発信する総合HPの開設
- ・ 共通ロゴ・トレードマーク・標語・マスコット等の作成 等

#### ② 新聞・雑誌等のメディアへの情報発信強化

- ・ 受け手の関心が沸くような戦略的共通テーマの設定
- ・ 広報ガイドラインの作成や記者懇談会、記者向け現場見学会の開催
- ・ ソーシャルメディアの活用 等

#### ③ 中小建設企業や団体向けの情報発信支援

- ・ 広報ガイドラインの作成
- ・ 中小建設企業向けの実践広報塾などにより周知・普及
- ・ 建設業団体による、戦略的広報や入職促進に向けた取組を加速するため、必要な支援制度の整備

#### ④ 地域での情報発信の強化

- ・ 地域メディアや地域広報誌に対して積極的に情報発信
- ・ 災害対応や地域貢献活動の事例集を作成する等により地域における建設産業の果たす役割を一般向けに分かり易く情報発信
- ・ 工事現場の活用等により地域住民の身近なところから建設産業に対する理解醸成

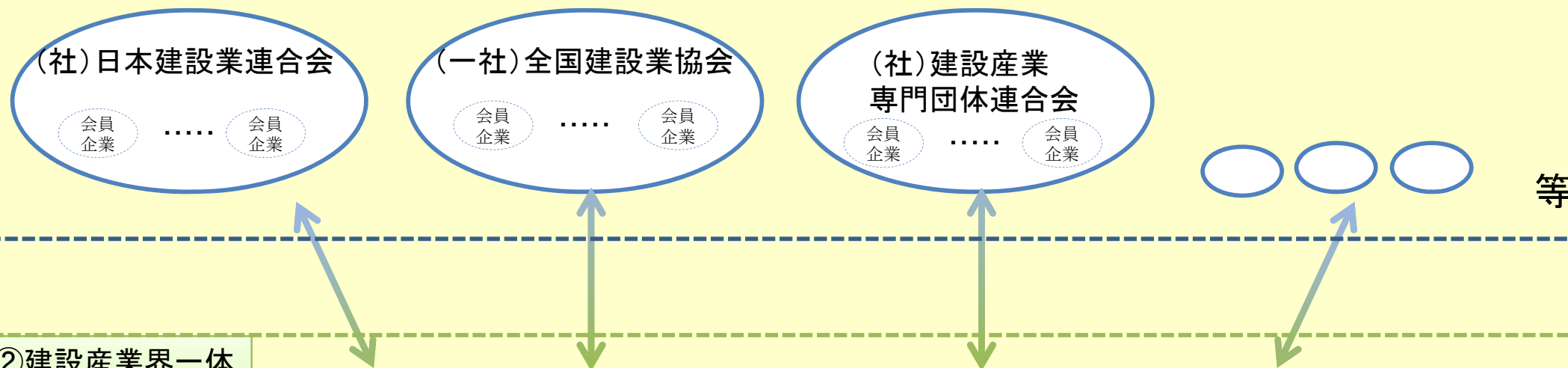
#### ⑤ 広報活動のフォローアップ

- ・ 情報発信した内容が、どのように 取り上げられているかについてフィードバックし、今後の広報活動に活用
- ・ 一般の人々との建設産業に対する認識を調査する、建設産業のイメージ調査(仮称)を定期的実施することにより、戦略的広報の効果を継続的に測定し、今後の取組に活用。

# 建設産業における戦略的広報の展開について

## ①各団体における取組

各団体の創意工夫により、引き続き積極的に展開。



## ②建設産業界一体となった情報発信

各団体の取組と連携しつつ、業界横断的な取組を推進。

建設産業の魅力発信推進協議会(仮称)

- 総合建設業から専門工事業まで、一体となった情報発信を継続的に推進。
- 各団体における取組を共有。
- 業界横断的な発信や支援の取組を具体的に検討推進。(建設産業の魅力を発信する総合HPの開設、広報ガイドラインの作成等)
- 各団体の代表者(広報担当者)で構成し、運営。
- (一財)建設業振興基金において事務等を実施。
- 学校・教員・一般マスコミ関係者や他業界等の参加も得る。



# 建設産業における戦略的広報の展開について

## 広報活動全般に関わる施策

- 建設産業の魅力を発信する“総合HP”の開設
  - ・戦略的広報テーマの設定。
  - ・各団体や企業からの情報提供を受け、一元的に情報発信 ・スクリーンセーバー、壁紙の配布 ・ソーシャルメディアの活用 等

- 新聞・雑誌等のメディアへの情報発信強化
  - ・記者懇談会の開催、記者向けの現場見学会の実施
  - ・メディアに情報発信した内容が、どのように取り上げられているかについてフィードバック

- 建設産業体質強化支援緊急助成事業(仮称)
  - ・建設業団体による、戦略的広報、災害対応等準備、若年者・将来の担い手確保・育成の取組に対して支援

○現場見学会の  
定期的開催

○地域での取組の強化(現場のイメージアップマニュアル作成、オープンデー(一斉現場開放デー)などインパクトのある現場見学等)  
○ロゴやトレードマーク、マスコットの作成 ○優良広報の表彰

### 地域貢献活動の広報

○地域貢献活動・災害対応事例集の作成

○災害時対応マニュアルの作成  
・災害時活動の記録方法、災害対応用の業界統一ベストの作成 等

### 企業・団体の広報の支援

○中小建設企業・関係団体向け  
広報ガイドラインの作成  
・取組姿勢(広報マインド)  
・広報実施にあたっての留意点  
・広報事例の紹介  
・地域における情報発信の必要性

○中小建設企業向け実践広報  
塾の開催

### 入職促進に向けた取組

○ 建設労働者における社会保険加入に関するリーフレット、ポスターによる広報  
○ 建設業団体内における若者向け広報の優良事例の共有  
○ 建設業関連資格の学生に対する紹介

○ 入職促進に関する関係機関との連携強化  
○ キャリアアップイメージの公表(特に、多能工について)  
○ 子供・学生・保護者に対する見る・読む資料の提供、体験の機会の提供(富士教育センターでの体験学習の実施等)  
○ 現場見学会等の体験の機会、相談会や就職セミナー等企業を知る機会の提供

建設産業イメージ調査(仮称)(一般、保護者、学生向けの継続的なアンケート)を実施

※  …来年度直ちに始めるもの  …中長期的な課題として検討するもの