

これまでの取組に対する考察

「誇り・魅力・やりがい」の概念

- 本委員会の目的である「誇り・魅力・やりがい」の向上に資する施策を適切・効果的に展開するため、目的ごとに取組のターゲットを明確化する。
- 「誇り・やりがい」向上の取組は**当事者(建設業関係者)**、「魅力」向上の取組は主に**第3者(一般・学生等)**をターゲットに、それぞれ対内的・対外的施策を展開する。

誇り

やりがい

魅力

■ 当事者が感じること

■ 第3者が感じること

■ 「誇り」「やりがい」の向上には、**当事者(建設業関係者)**をターゲットとした取組が必要

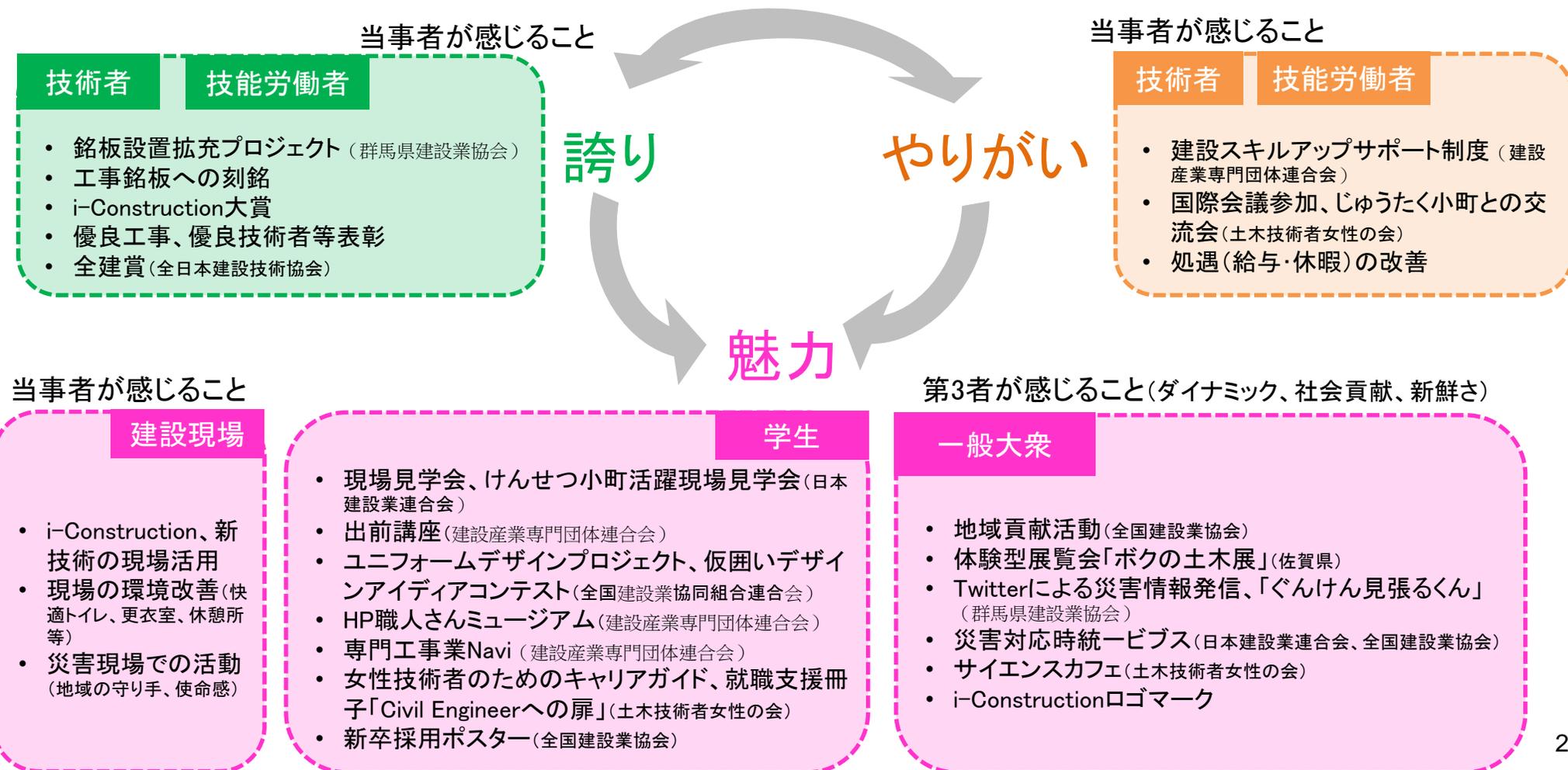
■ 「魅力」の向上には、**第3者(主に一般・学生等)**をターゲットとした取組が必要

※一部、当事者の享受もあり

※ターゲットには、若手・ベテラン／性別／技術者・技能者／内勤・外勤など様々な分類を意識した施策の展開が必要。

これまでの取組の整理

- 国土交通省や関係団体等が実施してきた主な取組を、目的ごとに分類するとともにターゲットを細分し、建設業界における取組状況を視覚化
- 「魅力の向上」に資する取組は団体毎に数多く展開されている。一方、「誇り・やりがい」の向上を目的とした取組は多様性に乏しい



- 建設現場働く人々の多くは、工事の調査・設計・施工段階において、それぞれの技術力を結集し、より良いものづくりに貢献している。(社会に役立つ仕事)
- 例えば、土木構造物は、施設の重要性や必要性を認識されるものの、施工中には騒音・渋滞など迷惑的主観を抱かれ、完成後に安全・安心や利便性など実感される。
- そのため、現場で働く人々は世間から称賛的評価を感じる場面が少ない。(タイムラグ)

社会的二一ズ

施工中

完成後



(福岡県矢部川、平成24年7月)



被災地における復旧活動等



地域の観光資源に活用



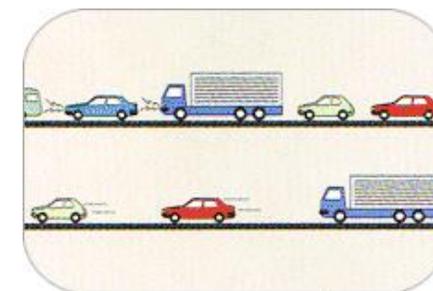
観光施設の新設(地域活性化)



観光地における交通渋滞の状況



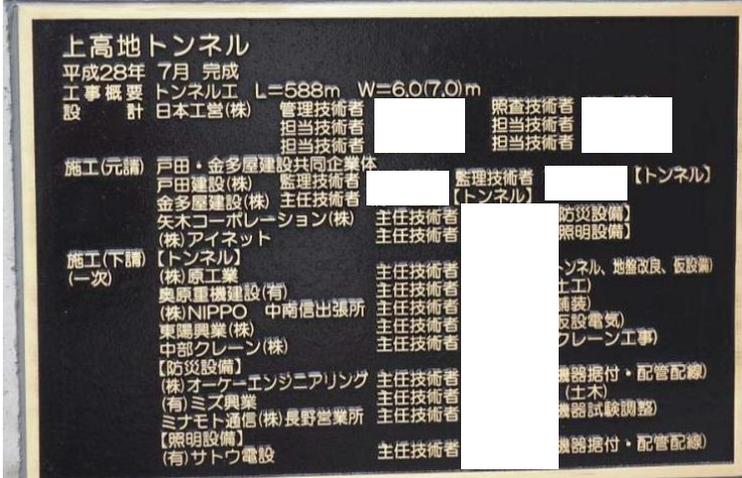
工事による渋滞の発生



渋滞緩和

- 国土交通省では、技術者の「誇り向上」や「存在の可視化」を目的として、建設工事に従事した技術者名を銘板に刻銘する取組みを実施中
- 設置対象構造物の拡大や、記載する技術者を下請企業の専門技術者にまで拡大している。
- より効果的な展開に向け、目的とターゲットを明確にし、更に、UI/UXの視点を踏まえた検討が必要

事例:長野県 上高地トンネル



銘板 裏面

UI (User Interface) : ユーザーと情報の接点
 例) Webサイト上のデザイン・フォントもインターフェイス
 製品であれば、外観などユーザーの視覚に触れる情報など

UX (User Experience) : それを通じて得られる体験価値
 例) Webサイトの場合、デザインが綺麗、見やすいなど

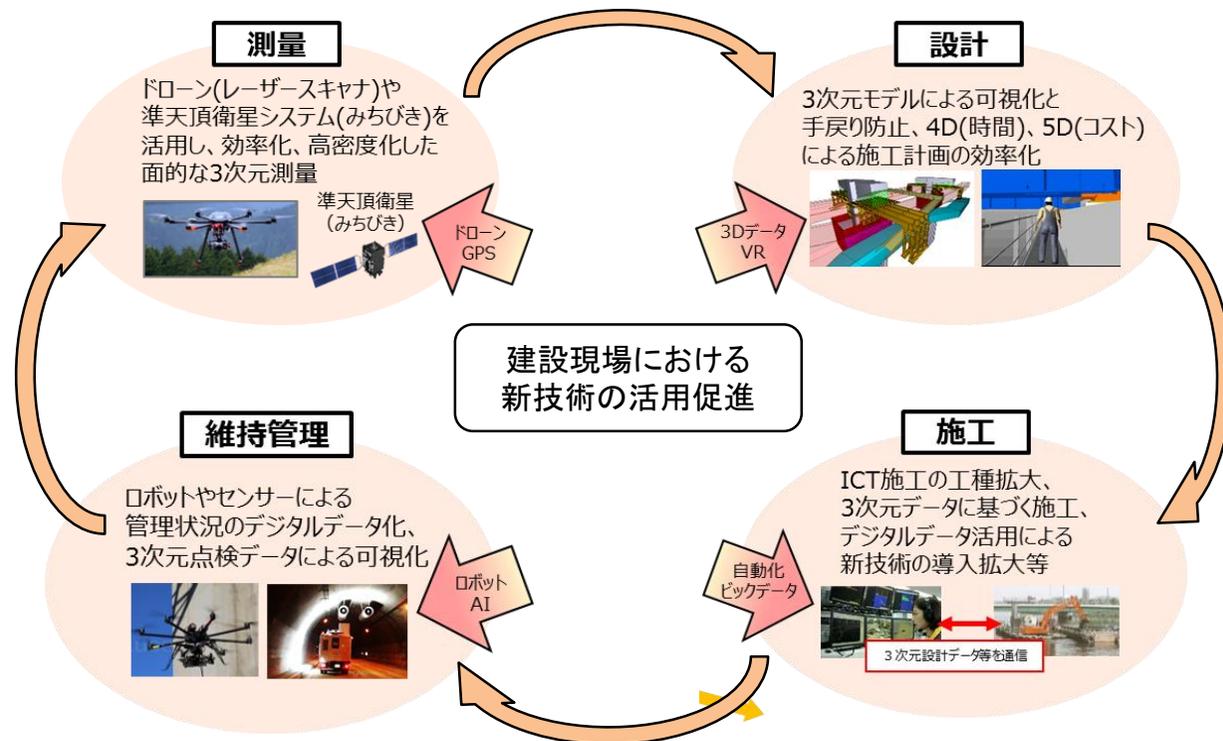
■ UIの観点からの課題

従来の設置箇所は、人目に触れる機会が乏しいため、SNSの活用や道の駅、展望台など多くの人の目に触れる手段・場所を検討

■ UXの観点からの課題

どれだけの人々に見てもらったか、見た側の反応を検証し、目的と効果を踏まえて検討

- 建設現場における、生産性の向上施策としてi-Constructionを推進しており、UAVによる測量、BIM/CIMなど三次元設計データの活用やICT建設機械を用いた施工など、**新技術を活用した工事現場への転換**を実施中
- 更に、ロボット技術の活用による点検作業やAIを用いた解析の活用など、**先端技術の導入**を促進している。
- 現場への普及を促進するため、現場での講習会や見学会など主に直接作業に係る当事者への取組を行っているものの、**広く一般の方々(第三者)への理解・認識を高める取組み**も今後必要



当事者への取組み 講習会・見学会



第三者への取組み 土木展・見学会



- 建設関係に携わる現場の人々は、緊急時の対応として即座に現場に赴き、救命・救援活動に入るための進入路の確保や復旧支援活動を実施
- しかし、テレビ等の報道では、人命救助の自衛隊や消防・警察関係は多く取り上げられるものの、建設関係の報道は少ない。

災害現場における活動状況



防衛省 HPより



消防庁 HPより



関東管区警察局 HPより

国土交通省TEC-FORCEの活動状況 TEC-FORCE (T echnical E mergency C ontrol F ORCE)



活動の見える化の取組み

- 団体毎の活動状況を紹介するプラットフォーム
・ 連携した広報戦略
- 視覚的PR効果の手法
・ 統一ユニホームやビブス
- 情報の一元管理等

- ・災害の復旧活動をドラマ化
- ・コマーシャルにスター(著名人)を登用
- ・若い女性をターゲット(メイン)にした広報