

## 現状と課題

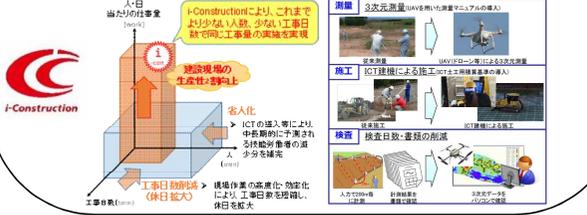
○従来の建設現場のイメージ  
3K(きつい、汚い、危険)、高齢化、休暇が取れない(残業多い)等

**建設業就業者の高齢化の進行**  
建設業就業者は、55歳以上が約35%、29歳以下が約11%と高齢化が進行し、次世代への技術承継が大きな課題。

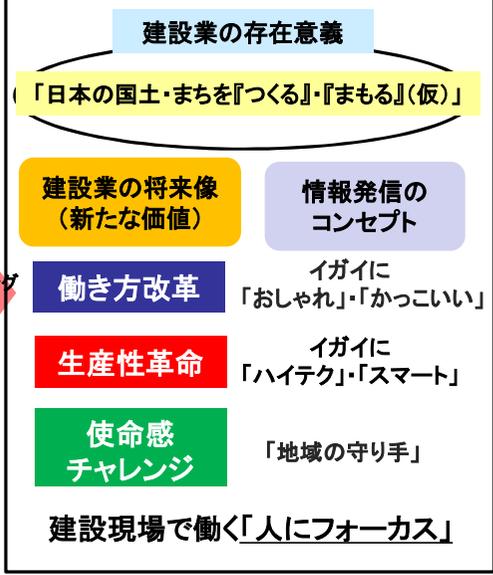
**実労働時間及び出勤日数の推移**  
(建設業と他産業の比較)  
年間の総実労働時間が、他産業と比べて300時間以上長い、10年程前と比べて、建設業はほぼ倍(約23時間減少)。



○昨今の状況と新たなイメージの打ち出し  
新3K(給与、休暇、希望)、頻発する災害に対する地域の担い手確保、働き方改革、生産性の向上等



## リブランディング



リブランディングの必要性

## 官民による推進母体での施策推進

### 全国展開の施策

- ①災害対応における着用物の統一化**
- ②工事銘板による技術情報の発信**
- ③女性活躍の推進**
- ④建設現場のイメージ映像の配信**

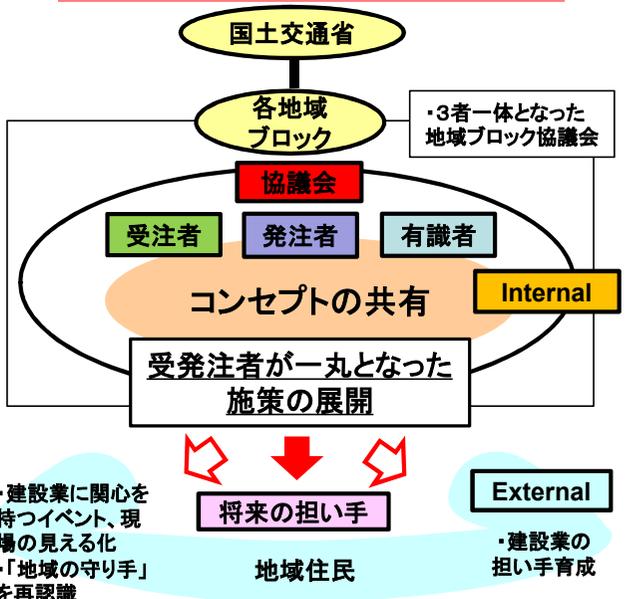
①地域の安全・安心確保や社会貢献できる「誇り」を共有

②工事に携わった関係者の「誇り」と「やりがい」の向上

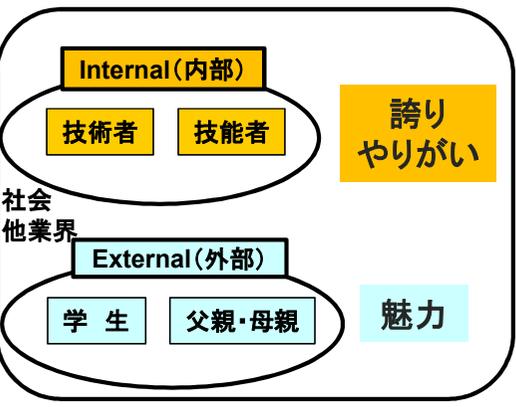
③女性が活躍できる職場環境の改善、ロールモデルの発信

④ポータルサイトによる一括化

## 点から面となった取組へ ～官民一体となった体制の構築～



## 情報発信にあたっての重要な視点 ～ターゲットの明確化～



ステークホルダーの意識・関心にあわせた情報を発信

## ブロックで取り組む施策

**仮囲いデザインアイデアコンテスト**

**建設現場に従事する技術者の紹介 (国土交通省 関東地方整備局)**

**若手技術者の底力 ～道を作る達成感～**

**技術者の顕彰**

受・発注者が協働した魅力の発信

静岡どぼくらぶ YouTube Channel

○上記の取組と併せて、建設現場で働く人々の「生の声」の募集や、他業界とのコラボレーションを必要に応じ実施。