「建設現場で働く人々の誇り・魅力・やりがい検討委員会」提言 概要版

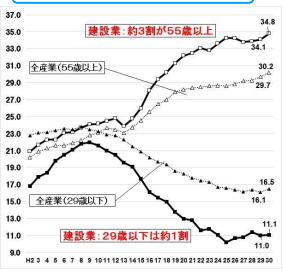
国土交通省

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

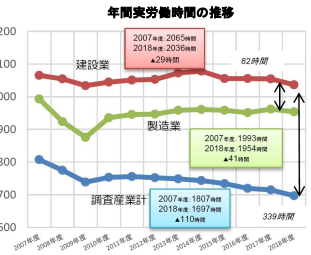
建設業就業者の高齢化の進行

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。



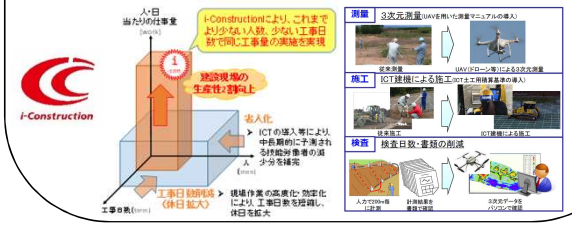
実労働時間及び出勤日数の推移（建設業と他産業の比較）

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、建設業はほぼ横ばい（約29時間減少）。



出典：総務省「労働力調査」を基に国土交通省で算出　※ 厚生労働省「毎月勤労統計調査」年度値より国土交通省作成

○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

建設業の存在意義

「日本の国土・まちを『つくる』・『まもる』」

建設業の将来像（新たな価値）

情報発信のコンセプト

リブランディングの必要性

働き方改革 ➡ イガイに「かっこいい」・「おしゃれ」

生産性革命 ➡ イガイに「ハイテク」・「スマート」

使命感 ➡ 「地域の守り手」「チャレンジ」

建設現場で働く「人にフォーカス」

情報発信にあたっての重要な視点
～ターゲットの明確化～

Internal（内部）
技術者　技能者
誇り　やりがい

社会
他業界

External（外部）
学　生　父親・母親
魅力

ステークホルダーの意識・関心にあわせた情報を発信

点から面となった取組へ
～官民一体となった体制の構築～

国土交通省

各地域ブロック

・3者一体となった地域ブロック協議会

協議会
受注者　発注者　有識者
コンセプトの共有
Internal

受発注者が一丸となった施策の展開

・建設業に関心を持つイベント、現場の見える化
・「地域の守り手」を再認識

将来の担い手
地域住民

External
・建設業の担い手育成

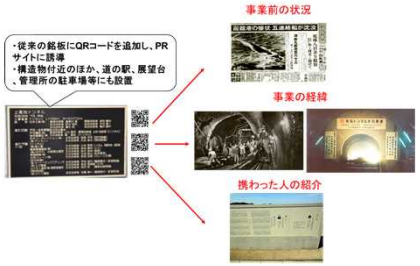
官民による推進母体での施策推進

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

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）

技術者・技能者表彰

静岡どぼくらぶ　静岡どぼくらぶ YouTube Channel

受・発注者が協働した魅力の発信

○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。