

トップの意識を変えて、現場が変わる  
担い手確保につなぐ、全ての人働きやすく働きがいのある  
魅力ある建設産業の実現へ

---

令和7年9月

国土交通省

不動産・建設経済局建設振興課

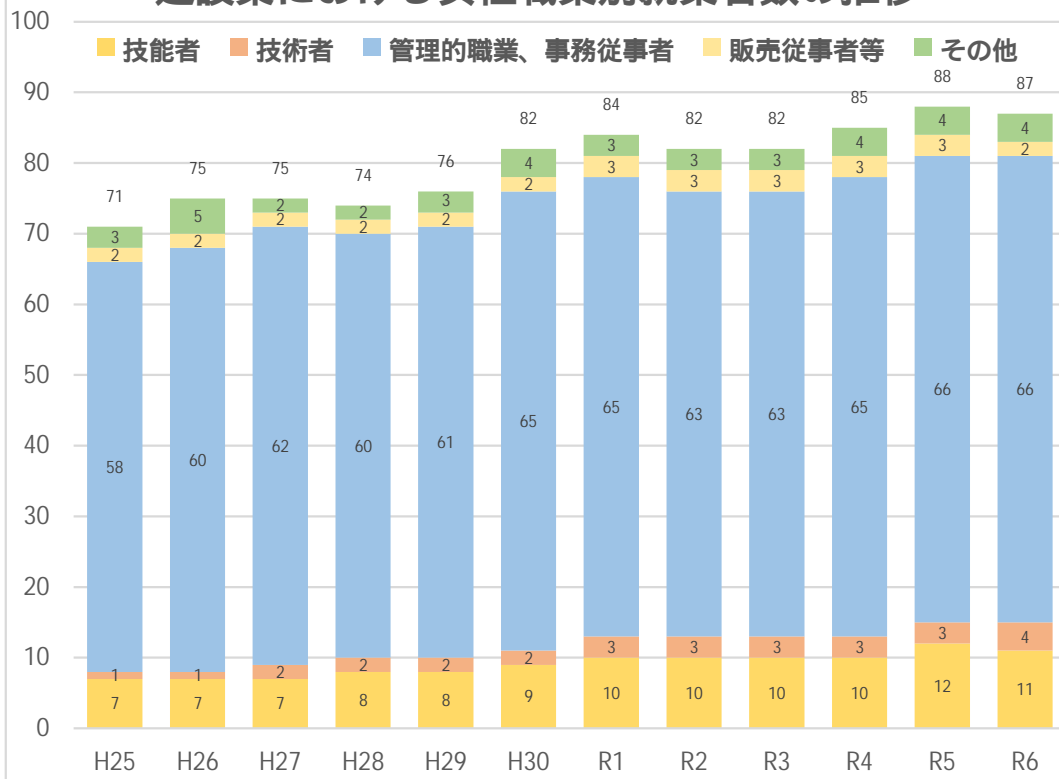
# 建設業就業者の現状

## 女性技能者等の推移

建設業就業者：	71万人（H25）	87万人（R6）
技術者：	1万人（H25）	4万人（R6）
技能者：	7万人（H25）	11万人（R6）

（万人）

### 建設業における女性職業別就業者数の推移

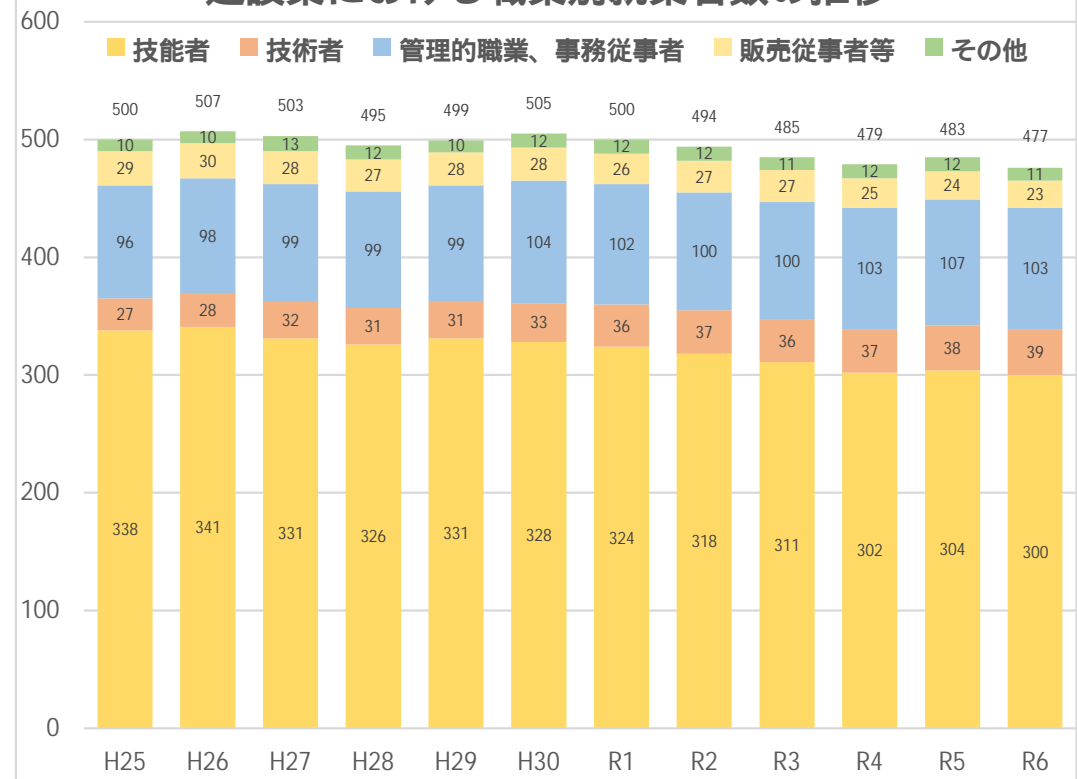


## 技能者等の推移

建設業就業者：	500万人（H25）	477万人（R6）
技術者：	27万人（H25）	39万人（R6）
技能者：	338万人（H25）	300万人（R6）

（万人）

### 建設業における職業別就業者数の推移



建設産業における女性活躍・定着促進に向けた実行計画の策定に当たり、国土交通省、業界団体、建設産業女性定着支援ネットワークからなる検討会を設置。有識者ヒアリング、地方ブロック単位での意見交換会、企業アンケートも実施して、内容を検討。令和7年3月14日付で「建設産業における女性活躍・定着促進に向けた実行計画」を策定し、中野大臣に本実行計画を手交。

## 検討体制

### 【目的】

建設産業における女性活躍・定着を促進するため、過年度の取組状況を踏まえ、官民一体となって取り組むべき事項を実行計画として整理することを目的に、検討会を実施。

### 【構成員】

- ・日本建設業連合会 ・建設産業専門団体連合会
- ・全国建設業協会 ・全国建設産業団体連合会
- ・全国中小建設業協会 ・住宅生産団体連合会
- ・建設産業女性定着支援ネットワーク ・国土交通省
- ・厚生労働省（オブザーバー）



中野大臣への手交の様子

## 検討の方向性

- ・ 現行計画のように、官民それぞれが行うべき取組を体系的に整理しつつ、より効果的に女性活躍・定着促進のために重点的に検討するテーマを以下のとおり設定。

テーマ1：女性の入職促進に向けたきめ細かい広報戦略の展開

テーマ2：新たな活動領域への着目

テーマ3：トイレの環境整備・理解の促進などハード・ソフト両面からの現場における環境整備

## 策定経緯

### 第1回検討会（8月21日）

<有識者ヒアリング、地方ブロック単位での意見交換会、企業アンケートを実施>

### 第2回検討会（11月20日）

- ・夏～秋にかけて行ったヒアリング・意見交換・アンケート結果の紹介
- ・新計画骨子案

### 第3回検討会（2月3日）

- ・新計画案、新計画の推進方策

計画の大臣への手交、公表（3月14日）

- 建設産業における女性活躍・定着促進に向けては、平成26年8月、令和2年1月に計画を策定し、官民一体となって取組を推進。女性の就業状況は、技術者・技能者ともに増加傾向にあるものの、女性の定着はいまだ不十分。
- 令和7年3月に「建設産業における女性活躍・定着促進に向けた実行計画」を官民共同で策定し、更なる取組の推進を図る。

## 女性の定着促進に向けた建設産業行動計画

～働きつづけられる建設産業を目指して～

「働きつづけられるための環境整備」など**定着を中心**とした取組。



建設産業女性定着支援ネットワークの活動の様子

R2.1



平成29年度予算事業

H26.8

## もっと女性が活躍できる建設業行動計画

建設業界を挙げて女性の更なる**活躍を歓迎する**というメッセージ

令和5年度予算事業



R7.3

- ✓ 毎年度取組状況の確認・課題把握
- ✓ 計画策定後の官民連携による取組の着実な推進

## 建設産業における女性活躍・定着促進に向けた実行計画

～**トップの意識**を変えて、**現場**が変わる。担い手確保につなぐ、  
**全ての人**が働きやすく働きがいのある魅力ある建設産業の実現へ～

<計画の主なポイント>

- (1) 建設産業の魅力向上・発信 ～選ばれる建設産業を目指して～
- (2) 働きやすい現場の実現  
～現場で働く女性のハード・ソフト両面からの環境整備～
- (3) 女性活躍・定着促進に向けた取組の裾野拡大  
～取組の普及・実行計画のフォローアップ～



(参考: 国土交通省HP特設ページ)

## 新たな実行計画の策定について

建設産業は、社会資本の整備、災害対応、復旧・復興など、地域社会に欠かせない重要な存在であり、将来にわたってこうした役割を引き続き果たしていくには、**将来の担い手確保による持続可能な建設産業の実現が必要不可欠。**

建設産業における女性活躍・定着促進に向けては、平成26年8月、令和2年1月に計画を策定し、官民が一体となって、女性の入職促進や就労継続に向けた活動に取り組んできた。女性の就業状況については、**技術者・技能者ともに増加傾向にあり、一定の成果がみられるものの、入職者に占める女性の割合は低く留まり、また、「入職者数に対する離職者数の割合」についても全産業と比べて高い年があるなど、女性の定着はまだ不十分。**

建設産業の最重要課題の一つである担い手確保に向けては、まずは、**トップである経営者層の意識を変え、現場で働く労働者全ての意識を変えていくことで、現場を持つ産業という特色を踏まえつつ、全ての人にとって魅力的で選ばれる産業となっていくことが必要。**

全体に共通する基本的考え方として、「**トップの意識を変えて、現場が変わる。担い手確保につなぐ、全ての人働きやすく働きがいのある魅力ある建設産業の実現へ**」を実行計画の副題に据え、この考えの下に、魅力的な建設産業を実現し、若者入職促進等の担い手確保につなげるものとして女性活躍・定着促進に取り組む。

「建設産業における女性活躍・定着促進に向けた実行計画」の主なポイント

(1) 建設産業の魅力向上・発信 ～選ばれる建設産業を目指して～

全ての人が働きやすく働きがいのある魅力ある産業を目指した意識改革

(まずは**経営者層**、さらに**現場までの意識改革・理解醸成**、**一人親方**として女性が働く場合の**留意点整理**)

働きやすく柔軟な働き方のできる環境整備 (**仕事と家庭の両立**)

スキルアップできる環境整備 (多様で柔軟な**キャリアパス**、**ロールモデル**の提示)

建設産業の魅力・働きがいの効果的な発信 (**ターゲット**に応じた**きめ細かい戦略的な広報**)



建設産業の魅力動画を発信

(2) 働きやすい現場の実現 ～現場で働く女性のハード・ソフト両面からの環境整備～

現場のハード面からの環境整備 (**自治体発注工事**、**民間工事含め快適なトイレや更衣室**の整備)

現場における働き方改革 (**適正工期**の確保、**ICT活用**、**朝礼の運営見直し**など**働きやすい環境**の整備)

現場における意識改革 (現場の**トイレや更衣室等の利用ルールの徹底**、**現場の理解醸成**)



民間集合住宅現場における快適なトイレ活用事例

(3) 女性活躍・定着促進に向けた取組の裾野拡大 ～取組の普及・実行計画のフォローアップ～

建設産業女性定着支援ネットワークの活動の全国展開・取組充実 (**業界団体との連携強化**や**相談体制の強化**)

計画策定後のフォローアップ・取組内容の展開 (実行計画**普及**、毎年度の**取組状況の確認・課題把握・取組深化**) など

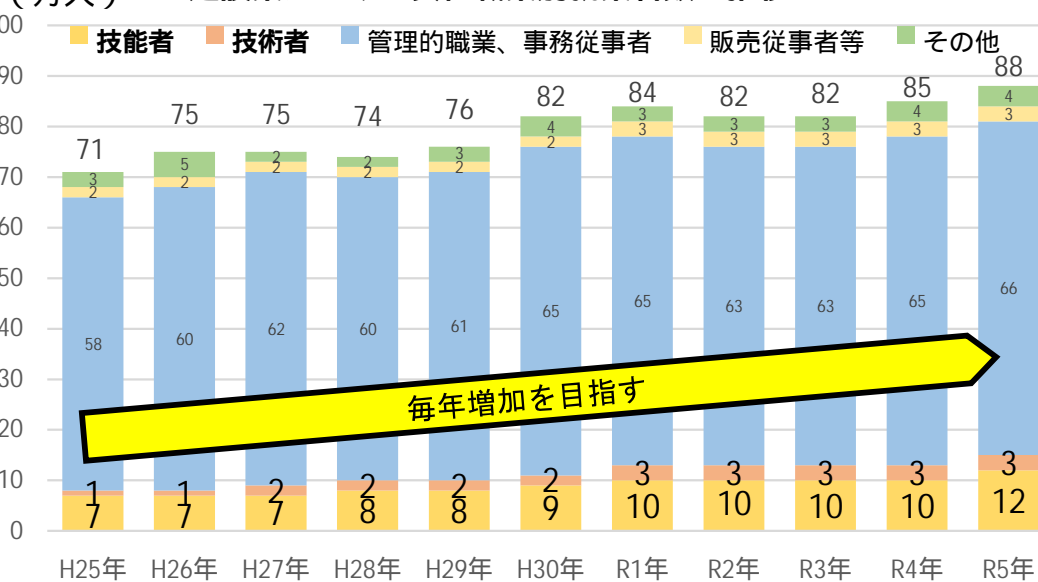


建設産業女性定着支援ネットワークの活動の様子

実行計画の取組目標

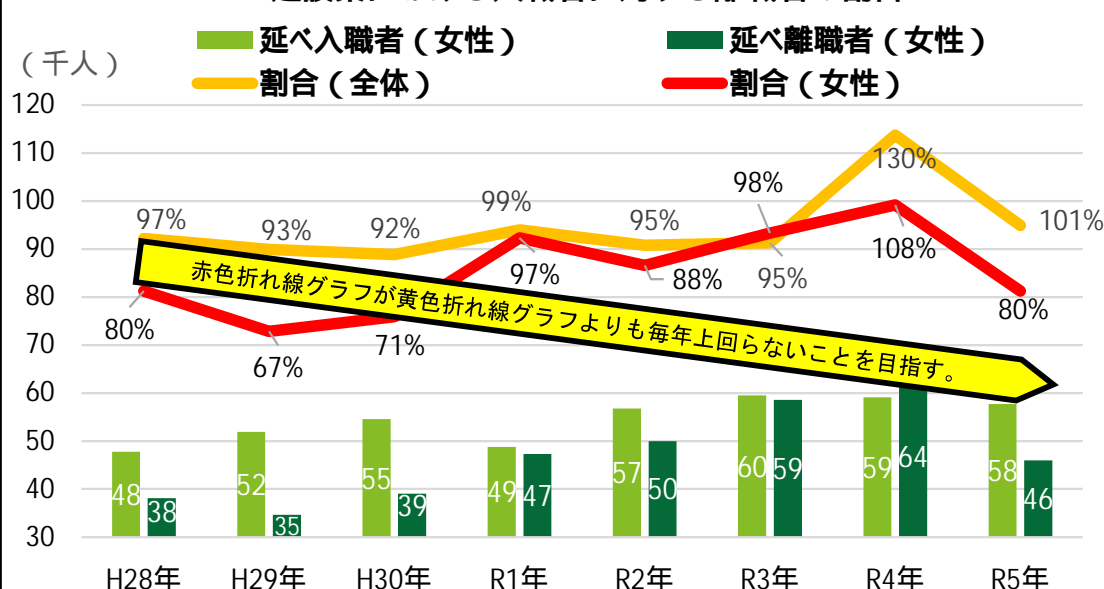
- 令和11年までの間、「建設業における女性技術者・技能者の人数」を毎年増加させる
- 令和11年までの間、「女性入職者に対する女性離職者の割合」を「建設業全体の入職者に対する離職者の割合」よりも、毎年上回らないようにする
- 令和11年度までの間、「建設業の管理職に占める女性の割合」を毎年度増加させる
- 令和11年度までに、都道府県単位で活動している団体の「建設産業女性定着支援ネットワーク」への加入を全ての都道府県で目指す

建設業における女性職業別就業者数の推移



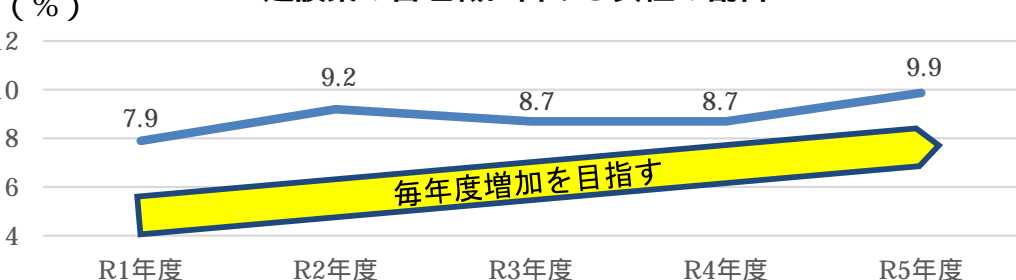
出典:総務省「労働力調査」(暦年平均)を基に国土交通省で算出

建設業における入職者に対する離職者の割合



出典:厚生労働省「雇用動向調査」を基に国土交通省で算出

建設業の管理職に占める女性の割合



出典:厚生労働省「雇用均等基本調査」

建設産業女性定着支援ネットワークへの加入状況  
団体登録のある都道府県の数 33都府県 (R6.12時点)

(全国活動17団体/都道府県活動38団体)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23
全国	北海道	青森	岩手	宮城	秋田	山形	福島	茨城	栃木	群馬	埼玉	千葉	東京	神奈川	新潟	富山	石川	福井	山梨	長野	岐阜	静岡	愛知
17		1	1	1	1		1	1			1		2	1	2		1		1	1	1	1	
24	滋賀	京都	大阪	兵庫	奈良	和歌山	鳥取	島根	岡山	広島	山口	徳島	香川	愛媛	高知	福岡	佐賀	長崎	熊本	大分	宮崎	鹿児島	沖縄
1	1	1	2	1		1	1	1	1		1	2			1	2		1	1	1		1	1

- 実行計画策定に当たり、重点的に検討を行った「きめ細かい広報戦略の展開」や「現場環境整備」に関する事例集を作成し、実行計画の参考資料として添付。

## ○ 建設産業 × 広報 事例集

～建設産業の魅力発信に悩んでいる企業・団体の皆様へ！  
ターゲット別 広報事例集～

イベント・体験型、動画・テレビ、SNS・HP、多様なツールといった様々な方法による先進的な広報について、ターゲットを明確にして整理

01

関西鉄筋工業協同組合

お仕事体験イベントの展覧・女子大学とのコラボ企画

～親しみある業界を目指し、新しい視点・試みを～

【ターゲット】

保護者

小学生

---

**取組概要**

①お仕事体験イベントの開催  
小学生を対象としたお仕事体験イベントである『みらいのたからばこ』に2日間出展、5つの体験ブース(積累体験、加工体験、職人体験、VR圧接体験、鉄筋置き当てクイズ)を設置。

②女子大学とのコラボ企画  
梅花女子大学とコラボし、子どもたちに鉄筋工事をわかりやすく伝える絵本を制作。実施後、関西鉄筋工業協同組合より絵本を制作してくれた学生へ感謝状を授与。(みらいのたからばこへの出展及び絵本制作等で予算約900万円。) ※①、②ともに厚生労働省等の助成金を活用。

**関係者**  
みらいのたからばこ実行委員会、建設企業(会員企業)、梅花女子大学 等

**取組の経緯**

<お仕事体験イベント>  
・15年程前より工業高校等へ出前授業等を実施していたが、参加対象者の高校生は進路等が決まっていることが多く、人材確保につながりにくかったため、前段階の世代へアプローチする必要があると考え、当該イベントへの出展を決定。

<絵本制作>  
・イベント実行委員会より梅花女子大学のゼミ活動の紹介を受け、産学連携が決定。  
・学生に「子どもたちに鉄筋の楽しさを伝えるためには何が考えたいか」との打診をしたところ、学生達から「教育には『毒入』という概念があり、体験の前には知識を入れる段階が必要、絵本で前知識を伝えてから体験してもらうのではどうか」という提案を受け、絵本制作がスタート。

**反響**

<お仕事体験イベント>  
・ブース来場者数：約500～550人+保護者 計約900人。展示は迫力があり、「すごいな、カッコいいな」という声があった。

<絵本制作>  
・500部準備し、体験者全員(大半が小学低年级学年)に絵本を配布。制作に携った学生からも「制作を通じて、これまで興味関心を寄せなかった鉄筋工場の重要性を理解し、仲間との共同制作を通じて自分の成長を感じた」との感想。

**取組の工夫点等**

<お仕事体験イベント>  
・子どもたちが「鉄筋」に興味を持って馴染んでもらうことを意識して、体験ブースの内容を構成。  
・保護者層にも、ブースの鉄筋工技能者との交流を通じて、業界イメージを改善してもらえたいことを期待。  
・展示構成物について、少人数で迅速に組み立て、かつ、簡単に解体できるかを考慮して設計した。

<絵本制作>  
・説明のわかりやすさと、何度読み返しても新たな発見があるような物語構成を意識して、ひとつの絵本にまとめた。



みらいのたからばこ ブースMAP



梅花女子大学とのコラボ絵本  
(キャラクター名は任意)ごっこ、真：ふーん、真：たあた)



みらいのたからばこ開催風景



コラボ絵本 撮影式

団体名：関西鉄筋工業協同組合 URL：<https://kantetu.com/>

## ○ 建設現場における「快適に利用できるトイレ」に関する事例集

特に、自治体や民間発注工事での対応や小規模現場での対応の観点から、快適なトイレ環境の整備を工夫して行っているものについて、工夫のポイントがわかるよう整理

### 01. 集合住宅工事(民間発注) 広くて快適なトイレ

トイレカテゴリ	単体連結型トイレ
特筆すべき快適トイレ基準要素	①洋式(洋風)便器 ②便室内寸法(広さ)
洗浄方式	水洗式
処理方式	下水道(浄化槽を含む)
寸法	W1,732×D1,152×H2,240mm

**【ポイント】**

- 単体トイレ2つを連結させたことで通常のトイレの2倍の広さを確保し、「手洗い場」と「鏡」を装備している。
- オプションで着替え台やサニタリーボックスを追加することで簡易な更衣室としても活用することが可能。
- 水洗式のため、臭いの心配がない。
- 利用者からも洋式トイレ、温水洗浄便座を採用したことによる快適性が向上したとの声がかかっている。

外観  
単体トイレの約2倍の広さ

内観  
着替え台等(オプション)  
サニタリーボックス(オプション)

7

- **建設ディレクターは、施工に伴い必要な各種書類作成や、ドローン測量をはじめとするICT業務を担い、現場技術者のサポートを行い、技術者業務の削減・業務効率化に寄与する役割。**  
女性比率が高く、また、若手人材も多数活躍している。

【参考：建設ディレクターについて】 (一社)建設ディレクター協会ご提供資料より国土交通省作成

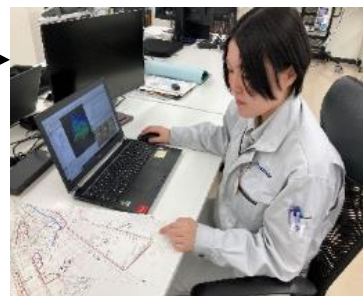
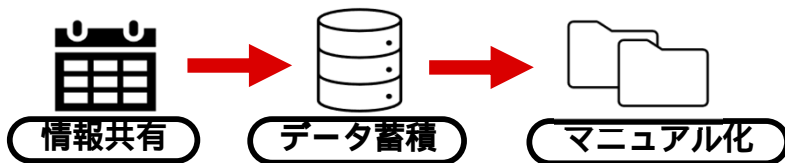
## 建設ディレクターは現場をつなぐ役割

### リアルタイムの分業体制

ICT活用で遠隔施行管理  
デジタル利用によるデータの  
共有・可視化



技術者



建設ディレクター

工事データ作成  
(施工体制台帳、安全書類、  
写真管理)

ICT業務  
(ドローン測量、レーザー  
測量、遠隔支援)

**技術者業務の削減だけでなく**  
ワークフローが改善され、業務効率化につながる

## 建設ディレクターに期待できる効果

技術者残業時間の  
軽減

年齢比率

10~20代 42%

男女比率

女性 72%

DX人材として  
活躍

07

一般社団法人山形県建設業協会

## 中学生向け出前授業用のドラマ作成・建設ツアー

～描け、ジブン地図～

【ターゲット】

保護者

教員

中学生

## 取組概要

## ①ドラマ作成

中学校への出前授業の際に建設業の魅力を効果的に伝えるためのドラマを作成。  
(企画から完成まで約7ヶ月。予算はドラマ1本約300万円程度)

## ②建設ツアー

中学生を対象とした建設現場の見学ツアーを実施。応募時にInstagram広告等を実施。  
(予算は広告代や当日実費等約30万円程度)

※①、②ともに山形県からの補助金有り

## 関係者

山形県建設担当部署、地元新聞社、広報会社、建設企業 等

## 取組の経緯

- 地元工業高校との意見交換のなかで、地域の技術系は厳しい採用状況にあるが、そもそも土木科志望生徒も減少しており、より裾野広く魅力発信していく必要があるとの話が出たのがきっかけ。
- (一社)山形県建設業協会から県に、魅力発信に係る事業創設を要望してR6年度に予算化された。

## 反響(建設ツアー)

- 宣伝はInstagramと新聞での広告を予定していたが、Instagram広告において、広告対象を「山形」「小中学生」等と絞り込むことで効果的に広告したところ反響が大きく、想定より早く定員数に達した。
- 保護者からは「建設業は「力仕事」というイメージだったがICT化が進んでおり昔のイメージと大きく変わった」という声。

## 取組の工夫点等

## &lt;ドラマ&gt;

- ・ 主人公に視聴者ターゲットと同じ中学3年生を設定することで視聴者に共感しやすい構成に。キャストも実際の中学生の方を採用。
- ・ 関係者の立場ごとで意向するイメージがあるため、県関係者との成果物イメージのすり合わせに注力した。
- ・ 映像化のプロセスを地元新聞社に取材してもらい、宣伝効果を高めた。

## &lt;建設ツアー&gt;

- ・ 現場選定では、若者の就業選択に影響力のある保護者にも参加意欲を湧かせられるような場所(蔵王ダム)と、建設=土方職人とのイメージを覆すことを目的に、最先端のICT技術を活かした現場を選定。



出前授業用のドラマ



建設ツアー ポスター

団体名：一般社団法人山形県建設業協会

URL : <https://www.agc-y.or.jp/>

## 01. 集合住宅工事（民間発注） 広くて快適なトイレ



国交省標準  
快適トイレ

住宅版  
快適トイレ

女性への配慮

臭気対策

狭小地対策

暑さ対策

トイレカテゴリ	単体連結型トイレ
特筆すべき 快適トイレ基準要素	①洋式（洋風）便器 ②便房内寸法（広さ）
洗浄方式	水洗式
処理方式	下水道（浄化槽を含む）
寸法	W1,732×D1,152×H2,240mm

### 【ポイント】

- 単体トイレ2つを連結させたことで通常の**トイレの2倍の広さ**を確保し、「**手洗い場**」と「**鏡**」を装備している。
- オプション**で**着替え台**や**サニタリーボックス**を追加することで簡易な更衣室としても活用することが可能。
- 水洗式のため、**臭いの心配がない**。
- 利用者からも**洋式トイレ**、**温水洗浄便座**を採用したことによる快適性が向上したとの声が挙がっている。

### 外観



単体トイレの約2倍の広さ

### 着替え台等（オプション）



### 内観



サニタリーボックス（オプション）

## 19. トイレカー 移動可能な多機能トイレ



国土省標準  
快適トイレ

住宅版  
快適トイレ

女性への配慮

臭気対策

狭小地対策

暑さ対策

トイレカテゴリ	トイレカー
特筆すべき 快適トイレ基準要素	①洋式便器 ⑪便座除菌クリーナー等の衛生用品 ⑯室内温度の調整が可能な設備
洗浄方式	簡易水洗式
処理方式	自己処理型

### 【ポイント】

- 仮設トイレが設置できないような狭い現場等において、**現場から離れた場所に駐車して利用**している。
- ウォシュレットやオストメイト対応トイレ**が装備されており、様々な方に活用されることができる。
- エアコンが標準装備されており快適性が確保されている。

※オストメイト…人工肛門・人工膀胱を造設した方々

### 外観



周辺の駐車場などに  
停車して利用



便座除菌  
クリーナー

電動ステップ付き

### 内観



オストメイト対応トイレ

## 問 回答企業の事業における、女性が快適に利用できるトイレ( )の設置状況

- 全体において、公共工事は「概ね整備されている」の割合が高く、民間工事は「あまり整備されていない」の割合が高い。
- 企業規模が100人以上を超えると、発注者問わず「概ね整備されている」割合が約50%以上となっている。

公共工事(国発注)	全体	1-29人	30-99人	100-299人	300-499人	500人以上
概ね整備されている	63%	49%	71%	85%	81%	75%
あまり整備されていない	19%	24%	16%	12%	5%	16%
全く整備されていない	18%	27%	13%	3%	14%	9%
公共工事(都道府県発注)	全体	1-29人	30-99人	100-299人	300-499人	500人以上
概ね整備されている	61%	51%	66%	80%	73%	73%
あまり整備されていない	25%	30%	22%	18%	13%	18%
全く整備されていない	14%	19%	12%	2%	14%	9%
公共工事(市町村発注)	全体	1-29人	30-99人	100-299人	300-499人	500人以上
概ね整備されている	47%	35%	53%	66%	68%	73%
あまり整備されていない	34%	39%	32%	29%	16%	19%
全く整備されていない	19%	26%	15%	5%	16%	8%
民間工事	全体	1-29人	30-99人	100-299人	300-499人	500人以上
概ね整備されている	33%	20%	36%	56%	59%	67%
あまり整備されていない	40%	42%	43%	38%	22%	24%
全く整備されていない	27%	38%	21%	6%	19%	9%

「あまり整備されていない」  
「全く整備されていない」のうち、  
「現場に女性がいない」としている企業の割合

公共工事(国発注)  
73%

公共工事(都道府県発注)  
73%

公共工事(市町村発注)  
76%

民間工事  
74%

n=1,609社

快適トイレや女性専用トイレなどを想定。また、現場の都合上、作業所の近くに設置された女性専用トイレや清潔に保たれた男女兼用のトイレも含む。

## 問 女性が快適に利用できるトイレ・男女別の更衣室等ハード面での設備導入を進めていく上での課題 (複数回答可)

- 現場に女性がいないを除くと、**課題として最も多く挙げられているのは、「現場での必要性の浸透」**である。
- 次いで、設置にかかる予算や設置場所の問題が挙げられている。

n=1,609社

	全体	1-29人	30-99人	100-299人	300-499人	500人以上
現場に女性がいない	1,121	581	386	81	22	51
現場に必要性が浸透していない	445	213	159	47	5	21
予算が限定的で設置する余裕がない	367	182	109	46	6	24
工事現場・事務所が狭隘で快適トイレが設置できない	244	87	64	28	16	49
現場付近の店舗などのトイレを利用する	197	90	73	19	4	11
元請が設置しない(工事期間全体を通して)	117	61	37	9	2	8
レンタルが難しい	67	33	27	5	1	1
元請が設置しない(工種の関係で、工事開始直後で設置が間に合わない)	36	15	14	2	0	5
元請が設置しない(工種の関係で、竣工間際のため撤去されている)	27	16	4	2	1	4
発注者、元請から設置を禁止されている (発注者等が指定したトイレしか使えない)	6	4	0	1	1	0
通勤車両にキャンピングカーなどを用い、トイレを兼ねている	4	1	3	0	0	0
その他	101	28	41	17	4	11

# 国土交通関係各分野での取組

○国土交通各分野においても、女性活躍・定着促進に向けた取組が進められています

## タクシー

女性ドライバー応援企業認定制度

- 認定事業者を国土交通省HPで紹介
- 認定事業者に対して、勧誘パンフ・キャラクター※の使用権を提供

### ○ 認定基準

- ①雇用目標：女性ドライバーの雇用目標を設定していること
- ②労働環境：女性ドライバーを含め、従業員が働きやすい施設・勤務形態の整備等に取り組んでいること、または整備に向けた目標が明確であること
- ③情報提供：労働環境に係る情報（勤務形態、福利厚生等）を公表していること

### ○ 認定状況

・平成28年6月～令和7年6月現在：**879社**



※車体用ステッカー・ロゴマーク

## 海事産業

### 海事産業で活躍する女性の座談会

- 仕事のやりがい等を女性の目線から体験も踏まえながらお話いただき、進路選択を控える中高生等をはじめ、多くの方に海事産業の職場の魅力を発信



※座談会の様子



※YouTubeで幅広い世代に発信

### 就職説明会における女性活躍企業の見える化

- 船員教育機関の女子学生の船員としての就職を促進するため、船員の雇用のマッチングを図ることを目的に国土交通省が実施している「めざせ！海技者セミナー」において、女性を積極的に採用している事業者に「女性活躍マーク」を掲示

### 海事産業における女性活躍促進の取組事例集

- 海事業界の取り組みや先輩女性の声を広く紹介する「海事産業における女性活躍推進の取組事例集」を作成し、ホームページで公表

(主な好事例)

- ・ 配乗の工夫(休暇やローテーションの回教、柔軟な配置転換)
- ・ 荷役作業等の負担軽減(作業の機械化)
- ・ 船員の居住環境整備(女性専用の居室、浴室、洗濯機等の設置等)



※女性活躍マークを掲示した事業者

女性活躍マーク

## 操縦士・航空整備士

～操縦士・航空整備士の女性活躍推進WGでのとりまとめ(R7.2)～

国土交通省HPの概要より抜粋

### 1. なり手拡大

#### (1) (独)航空大学校の女性活躍に向けた3つの改革

①入学要件見直し

②女性枠の設置

③受け入れ体制充実

#### (2) 官民連携による戦略的広報(アンコンシャスバイアス解消！)

・「操縦士＝男性」、「整備士＝男性」とのイメージを払拭する広報活動を、官民連携して戦略的・継続的に実施

- ▶女性の学生に加え、幼少期や、親・教師へのアプローチ
- ▶正確な身体検査基準(矯正視力可など)
- ▶育児中の職員(女性だけでなく夫婦での育児姿等)

・R7年度設置予定の「航空広報戦略推進協議体※」において実施に向け検討(R7年度目途)

※航空業界の裾野拡大に向け官民連携による戦略的広報活動を行う組織(R7年4月設置予定)

協議体イメージ

- ・航空局
- ・航空会社
- ・業界団体
- ・養成機関

### 2. 職員の定着

(1)育休等に配慮した国家資格制度の見直し

(2)体力面での不足を補う整備ツールの普及啓蒙

(3)社内風土・意識醸成・コミュニケーション環境整備の推進  
(各社の取組と業界連携による協調) 令和7年度～順次

#### 個社毎の取組

- ・航空業界は全体的にみると女性比率は高いが、職種別でみるとジェンダーギャップが大きく、一部の現場では、**孤独感や将来への不安等**の声がある状況
- ・改善に向け、**各社経営層によるリーダーシップ**のもと、現場とも連携の上、同僚、上司・管理職層含めた**社内全体の理解促進・意識醸成等**の推進が必要

#### 業界の取組

- ・**企業単独では困難な取組**(キャリアを築く上での課題・成功体験の共有や相談コミュニケーション環境の構築など)については、**業界団体等による横のつながりを活かした取組**を進めるとともに、**適宜状況を確認・フォロー**していくことが実効性を高める上でも重要

※別紙③参照

これら対策を通じ、我が国操縦士・整備士分野において**世界トップレベルの女性活躍環境を実現することを目指す**(数値目標の例：10年後に女性比率10%)