

# 建設産業の現状と 担い手育成確保に関する一考察

岡部 浩樹

滋賀県 土木交通部 監理課 (〒520-8577滋賀県大津市京町四丁目1-1)

建設産業は、社会資本の整備・維持管理や災害時の応急対応を実施する地域づくりの担い手であり、社会に欠くことのできない役割をもつ産業である。しかし、建設産業では、労働者の高齢化や若年労働者の不足が進んでおり、各関係機関が一体となって、中長期的な担い手の育成・確保を行う必要がある。

本稿では、「滋賀けんせつみらいフェスタ」を初めとする滋賀県における建設産業の活性化および担い手確保に資する取組について報告するとともに、建設産業の課題と今後について考察を行う。

キーワード 建設産業活性化, 担い手育成, 滋賀けんせつみらいフェスタ

## 1. 建設産業の現状

建設産業は、国民の豊かな生活を支える社会資本の整備のみならず、災害に強い社会基盤づくり等の役割を持っており、国民の安全・安心な生活を実現するために、建設産業は重要かつ必要な産業である。

しかしながら、建設産業は、いわゆる3Kに代表される悪いイメージが定着している。こうしたイメージや就労環境の悪化等の原因により就業者数が年々減少している。2015年における全国の15歳以上の建設業就業者数は約434万人であり、2000年の約634万人と比較すると大幅に減少している(図-1)<sup>1)</sup>。

滋賀県でも全国の傾向と同様に建設業就業者数は減少しており、2015年時点の滋賀県全体の就業者数約67万人のうち、建設業就業者数は39,953人(図-2)で、滋賀県全体の就業者数の5.9%であり、この割合は、全国45位である<sup>2)</sup>。また、若手技術者の減少および就業者の高齢化は著しく、滋賀県の2000年時点での建設業就業者のうち、10代20代の就業者の割合は約22.5%、50代以上の就業者の割合は約38.1%であったものの、2015年時点には、10代20代の就業者の割合は約9.8%、50代以上の就業者の割合は約42.7%と大きく変化している(図-3)。

さらに、建設産業の女性就業者数に着目すると、滋賀県の女性就業者全体約29万人のうち、建設産業に従事する女性就業者は、7千人と僅か2.4%に留まっている。2000年時点の建設産業の女性就業者数約9千人と比較しても減少している(図-4)。

統計調査結果から読み取れるように、建設業就業者数は全国的に年々減少し、今後も建設業就業者の減少が懸念される場所である。

(単位：千人)

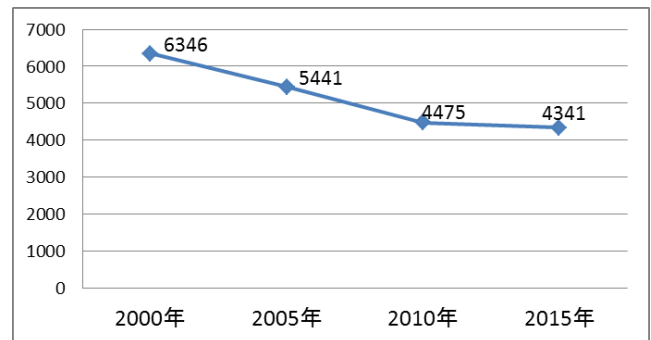


図-1 全国の建設業就業者数の推移

(単位：人)

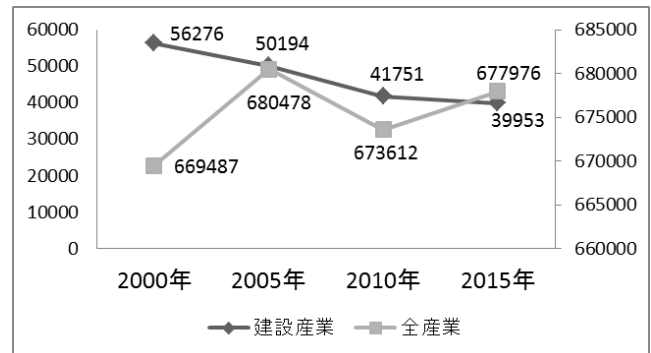


図-2 滋賀県の就業者数

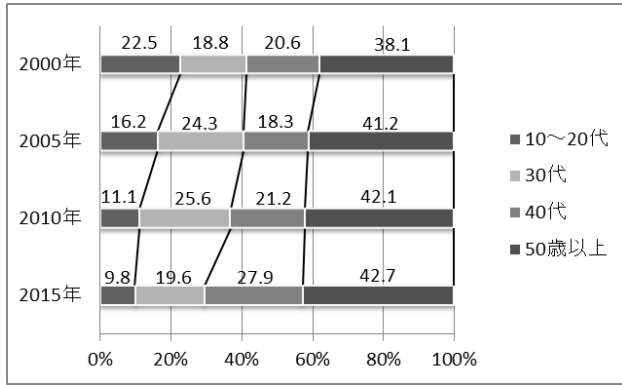


図-3 滋賀県の建設業者の年齢構成の推移

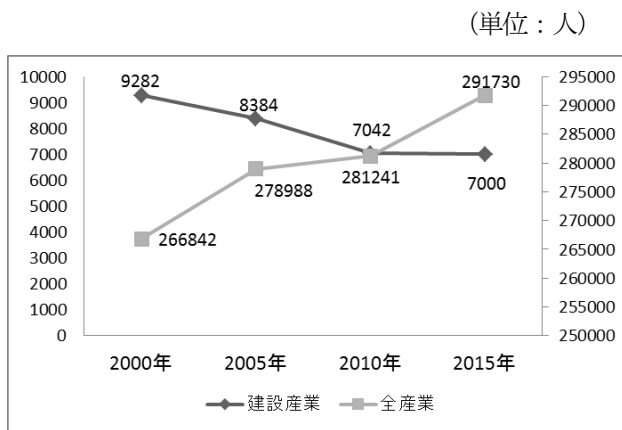


図-4 滋賀県の女性就業者数

## 2. 滋賀県建設産業魅力アップ実行委員会

### (1) 滋賀県建設産業活性化推進検討会

2012年12月に滋賀県では「滋賀県中小企業の活性化の推進に関する条例」が制定されたことをきっかけとして、滋賀県の建設産業のほとんどが中小企業で構成されていることを踏まえて、2013年5月に、学識経験者や建設産業関係者、行政機関関係職員等で構成する「滋賀県建設産業活性化推進検討会」を設置した。滋賀県建設産業活性化推進検討会では、建設産業活性化に向けた短期的および中長期的取組の方向性について意見交換等が行われ、今後概ね10年後の目指すべき将来像の実現に向けて、短期的および中長期的取組の方向性が最終的に取りまとめられた。短期的取組、中長期的取組ともに、県土の守り手の振興、制度の改善、担い手の育成確保、魅力発信の4本柱で取組の方向性が示され、建設産業の担い手育成確保、魅力発信が必要な取組の一つとして挙げられた。

### (2) 実行委員会の設立

### 組織図

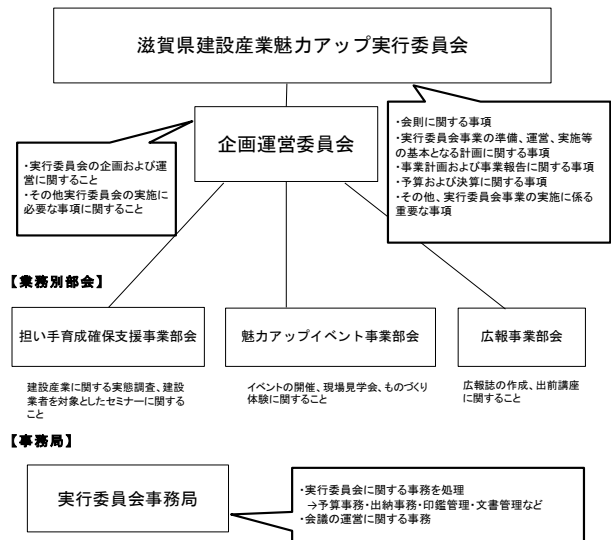


図-5 滋賀県建設産業魅力アップ実行委員会組織図

前述の検討会での議論を踏まえ、本県の建設産業の魅力を発信する等の取組により、建設産業の活性化および担い手育成確保を推進するため、2015年6月に、「滋賀県建設産業魅力アップ実行委員会」を設立した(図-5)。



図-6 2015年に発行した広報誌



写真-1 出前講座の様子

滋賀県建設産業魅力アップ実行委員会には、滋賀県をはじめ、国の行政機関および建設業界からも、委員の参画をいただいている。大学とも連携し、フェスタのブース出展など、実行委員会の活動に御協力をいただいている。

実行委員会では建設産業の活性化および担い手の育成確保に向けて「滋賀けんせつみらいフェスタ」をはじめとする3つの事業を展開している。「魅力アップイベント事業」では、イベント開催の他、現場見学会やモノづくり体験として防災かまどベンチの製作体験を実施している。「広報事業」では、漫画などで工夫した広報誌を作成し、建設業の様々な職種を紹介している(図-6)。また、滋賀県内の学校へ出張し、広報誌を活用した出前講座を実施している(写真-1)。「担い手育成確保支援事業」では、滋賀県の県立高等学校を対象とした進路や就職等に関する調査を実施するとともに、企業者に向けた研修会、セミナー、入職者拡大に向けた相談会やアドバイザー派遣など実施し、入職者拡大に役立てることとしている。

### 3. 建設産業のイメージ調査

#### (1)「滋賀けんせつみらいフェスタ」開催概要



写真-2 フェスタ会場

滋賀県建設産業魅力アップ実行委員会では、将来の建設産業の担い手となりうる若い世代に対して建設産業の魅力を発信し、現在および将来の建設産業の担い手確保の促進に寄与することを目的に、2015年度から「滋賀けんせつみらいフェスタ」を開催している。2016年度は、10月22日、23日の2日間、大津港業務用地でイベントを開催した(写真-2)(写真-3)。重機試乗や体験型コーナー等を設置し、現場見学会で工事現場を実際に見学できるツアーや、防災かまどベンチ製作を体験できるブースなど、親子でイベントを楽しめる内容とし、建設産業の楽

しさを、面白さを体感できるようにした。2016年度は、天候にも恵まれたため、2015年度の来場者数を大きく上回る約3,000人の方に来場いただいた。



写真-3 バックホウ ボールすくい体験

#### (2) アンケート調査(選択式)から

フェスタ開催の中で、建設産業の担い手育成確保の取組の一助とするため、一般来場者向けに建設産業のイメージ等に関するアンケート調査を行った。アンケート内容は回答者の属性、フェスタの満足度、建設業のイメージ、建設産業に今後期待すること等である。2日間合わせて918名の方に回答いただいた。

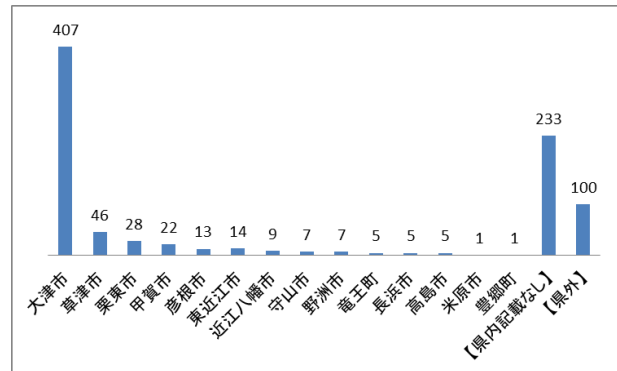


図-7 回答者の居住地

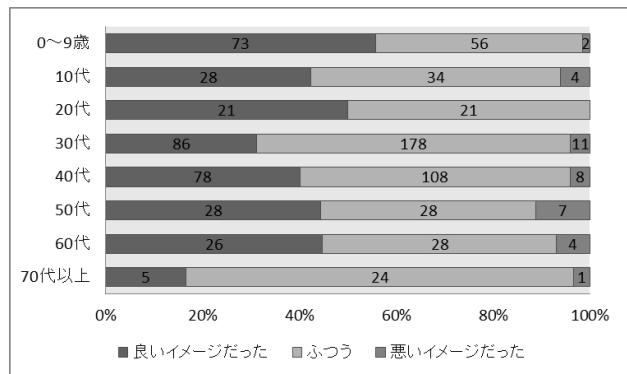


図-8 建設業に対するイメージ

まず、回答者の居住地(図-7)であるが、開催地が大津港業務用地であったこともあり、大津市からの来場者が圧倒的に多く、南部地域(大津市、草津市、栗東市、守

山市、野洲市)からの来場者は回答者全体の73.3%(記載なし除く)に及んだ。ただ、南部地域以外からの来場者は少なく、開催地については今後検討の余地がある。県外からも100名の方に来場いただいております、大津港に隣接していることから、観光船クルーズとの相乗効果が出ていると考えられる。

また、年代別にイベント来場前の建設産業に対するイメージを聞いたところ(図-8)、約40%の方が建設産業に対して良いイメージを持っており、約55%の方がふつうであったと回答されている。元々、建設産業に悪いイメージを持っている方の来場は少なく、建設産業を比較的好意的に捉えている方がイベントに来場される傾向にあることが分かる。

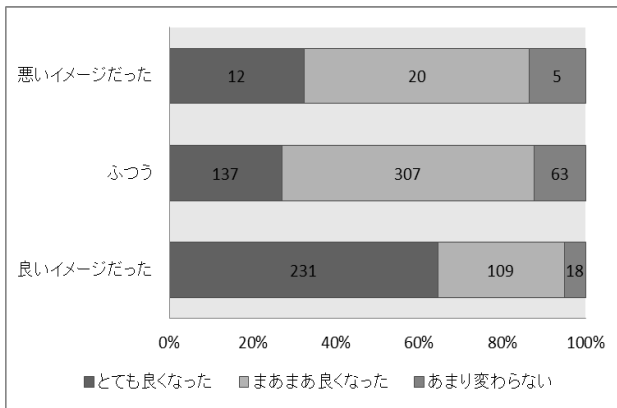


図-9 フェスタ来場後のイメージの変化

次に、フェスタに来場いただいた方に、フェスタを通じて建設産業のイメージが変わったかを聞いたところ(図-9)、建設産業に対して元々持っているイメージに関わらず、全体の約90%の方が建設産業に関するイメージが良くなったと回答している。イベントを通じて建設産業のイメージが改善されており、建設産業の面白さや楽しさを来場者に実感してもらえていると考えられる。元々持っているイメージが、悪いイメージだった人および普通だった人については、イメージが「まあまあ良くなった」と回答されている人の割合が多く、イメージの更なる改善を図るために、どの点が物足りなかったのか検証し、来場者に刺激を与える必要がある。

最後に、年代別にイベント参加後の建設産業のイメージの変化を見てみると(図-10)、年代で建設産業のイメージの変化に偏りはなく、全年代でイベントを通じて建設産業のイメージが改善されている。年齢を問わず、イベントの開催は建設産業のイメージアップに一定の効果があると考えられる。

このアンケート調査では、イメージが「まあまあ悪くなった」、「とても悪くなった」の項目を入れていたが、それぞれ1回答ずつの回答に留まったため、グラフには反映させていない。

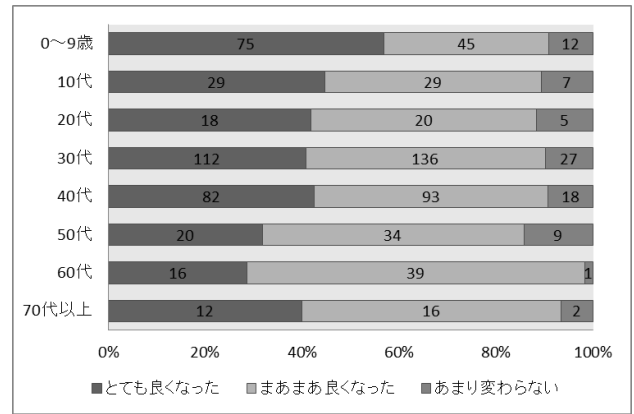


図-10 年代別来場後のイメージの変化

### (3) アンケート調査(記述式)から

次に、同じアンケート調査で今後、建設産業に期待することを自由記述で聞いてみると、「安全で安心できる街づくり」を期待する声が約23%と多く、インフラの整備・修繕を求める声が約14%、建設産業のイメージアップやPRを求める声が約11%となった。南海トラフで発生するマグニチュード8~9クラスの大地震が、今後30年以内に発生する確率は70%と発表されており<sup>3)</sup>、大地震に対する国民の不安感や危機意識の向上も、安全で安心できる街づくりを求める声の一因になっていると考えられる。この記述欄で、担い手育成確保や人材育成を求める声は、僅か5%に留まった。

アンケート最後の自由記述欄では、「建設産業の印象が変わった」、「業界がこういう努力をすることが非常に良いと思う」、「機械や車にも乗せてもらえて、こんな機会はないので楽しめた」等、好意的な意見を多くいただいた一方で、イベントの広報不足を指摘する声や会場内移動の不便さを指摘する声もあったが、「建築士になりたい」など、建設産業への興味を示すような回答も見受けられた。

## 4. 考察

先述のアンケートから読み取れることは、フェスタを訪れる人々は、元々建設産業に対して悪いイメージを持っている人は少なく、ほとんどの人が建設産業に対して概ね良好なイメージを持っているということである。

しかし、フェスタを訪れる人々については、建設産業に対するイメージは悪くないのに、全国的に建設産業の入職者はどうして少ないのか、理由として考えられるのが、フェスタを訪れていない一般の方々の就職先の決め手不足である。学生を対象にしたアンケート調査<sup>4)</sup>によると、学生に聞く就職先の決め手第1位は、大企業であるかどうかである。全国の建設会社の99%が中小企業、そのうち従業員が20人以下の小規模企業と呼ばれる企業

が96%を占める建設業界<sup>5)</sup>で、大企業志望の学生が世間が多いことは、建設業界への学生の入職を阻む大きな壁となっている。

しかし、先ほどの学生を対象にしたアンケート調査によると、就職先の決め手第2位に社会貢献度が高いかどうか、第3位に仕事内容が魅力的かどうかがランクインしている。つまり、建設業関係者等が、「滋賀けんせつみらいフェスタ」等を通じて、建設業の社会貢献度および仕事の魅力を学生に上手くPRすることができれば、建設産業の担い手確保につながる可能性がある。また、進路決定にあたって最も影響を受けた人物について、第1位は人事・採用担当者、第2位が父親、第3位が母親という結果が出ているようだ。企業の人事・採用担当の影響が大きい、ほぼ同じ割合で両親の影響を大きく受けることが調査で分かっている。進路決定に際して親の意見を参考にする学生が多く、建設産業の担い手の確保には、入職者向けのPR以外にも、親にその魅力が伝わるようなPRも必要である。

また、フェスタのアンケートの10・20代の回答者数を見てみると、他の世代と比較して回答者数が少ない(図-11)。

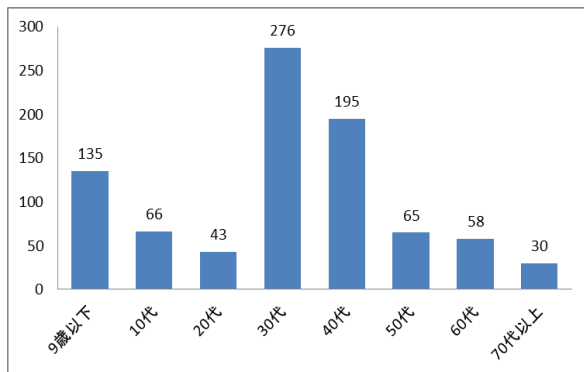


図-11 アンケート回答者数

フェスタ開催の大きな目標として、将来の担い手確保を掲げているにも関わらず、10・20代の来場が少ないことは、担い手の育成確保の問題解決に直結しない可能性がある。2016年度は「親子で来場できるイベント」をコンセプトに掲げていたことから、9歳以下の子どもおよび30・40代が多く来場された。如何にして10・20代の若

者に建設産業に興味を持ってもらうか、どのように宣伝をしていくか、若手に狙いを定め、限られた予算の中で利用できるコンテンツを今後検討していかなければならない。

先述の取組は長期的な実施が必要であり、すぐに結果が出るものではない。継続的に実施し、建設産業のイメージを引き続き改善する必要がある。また、建設業界内部でも、業界全体で一緒になってPR等に取り組み、全国的に建設産業活性化の機運を高める必要があると考える。そして、今後の入職者の動向を注視し、成果を確認する必要がある。

## 5. 最後に

建設産業は一般の方からすると、普段どのような業務を実施しているのかが具体的に分かりにくく、イメージ先行で業界の雰囲気を想像しがちである。私たちの役目は、一般の方が持っている建設産業のイメージをより良いものとして定着させることであり、そのためには、建設業界の仕事を分かりやすく説明する必要があると考える。建設産業のPRを成功させるには、行政の広報力や幅広い知識と建設業界の技術力や専門的知識、企画力等の互いの強みを活かし、共有する関係を構築することが必要不可欠である。それぞれのノウハウや得意分野を駆使し、行政や地元企業のパワーを最大限利用できれば、担い手確保問題の解決に一步近づくのかもしれない。新たなコンテンツを業界とともに発掘し、建設産業の活性化から全国の産業の活性化へつながるよう、取組を継続して実施していきたい。

## 参考文献

- 1)2015年国勢調査(抽出速報集計結果)
- 2)2015年国勢調査(抽出速報集計結果)
- 3)地震調査研究推進本部 HP
- 4)株式会社ディスコ「2015年度日経就職ナビ学生モニター調査」
- 5)中小企業白書2011