

学校訪問から始める 建設業の担い手確保の取組

三重県 県土整備部 担い手確保支援チーム

(公共事業運営課 公共事業運営班 主幹兼係長)

よしむら ゆうや

吉村 裕也

1. はじめに

全国の動向と同様に、三重県においても建設業の就業者人口は減少しており、建設業の担い手不足が喫緊の課題となっている。県では、「三重県建設産業活性化プラン 2024」（以下、「活性化プラン」という）を令和5年度末に策定し、地域の建設企業が未来に存続していくため、「担い手の確保」、「生産性の向上」、「労働環境の改善」、「企業の安定経営」を施策の柱に据え、各種取組を展開している。

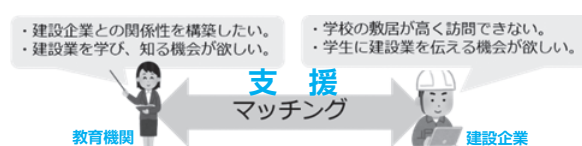
本稿では、活性化プランのうち「担い手の確保」の取組を中心に紹介する。なお、担い手の確保については、新規採用・中途採用があるが、主に教育機関との連携による新規採用を目的とした取組を述べることとする。

2. 担い手確保の取組主体は地域の建設企業

(1) 県は地域の建設企業の取組を支援

担い手確保の取組は、建設企業（業団体）が自ら持続的に実施できるようになることが重要である。このため、生徒や先生には、県庁の職員ではなく地域の建設企業が印象に残るよう、「取組の主体は建設企業」というところを意識している。

とはいえ、地域の建設企業（業団体）は、先生とのつながりを持っている企業が少なくことや、取組の進め方が確立されていない企業も多いことから、県は建設企業が苦手な部分を中心に取組を支援している（図－1）。



図－1 支援イメージ

支援の具体例は次のとおりである。

- ・学校訪問のセッティング
- ・学校への出前授業、現場見学会などの開催依頼
- ・各取組の企画・学校との調整など

(2) 取組体制

担い手確保の取組は、生徒に近い視点で取組が進められるよう、若手の視点で行うことが重要である。このため、令和4年度に若手メンバーを中心とした「担い手確保支援チーム」を立ち上げ、活動している（図－2）。担い手確保支援チームのメンバーは、SNS へのポストや建設業団体と連携した出前授業の企画立案、出前授業等での講演・司会進行など、取組の内容に応じて多くの場で活躍している。

＜担い手確保支援チーム＞

若手の視点で建設業の魅力を発信！



図－2 取組体制

3. 学校訪問から始まる教育機関との連携取組

(1) 年間スケジュール

学校の進路・就職スケジュールに合わせ、各種取組を展開している（図－3）。

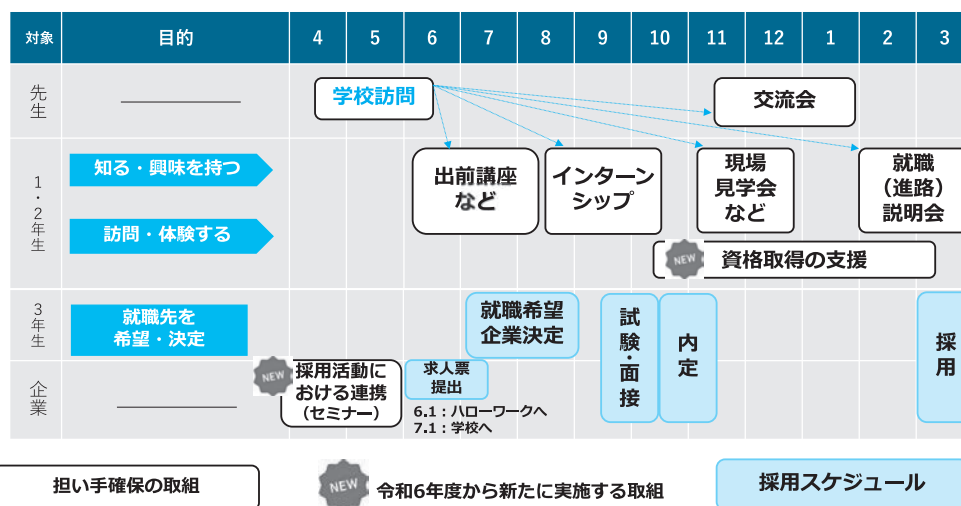
(2) 「学校訪問は担い手確保の営業活動！」

各種取組の中でも、年度初めに行う学校訪問が特に重要と考え、県では学校訪問を担い手確保の

営業と捉え、活動している（写真－1）。各学校の進路状況はもとより、進路研究のスケジュールなどの情報をキャッチできる。また、先生が欲しい情報（ニーズ）を把握できることや、求人活動に対し多くのアドバイスもいただける。これらの情報をもとに、学校のニーズに合わせた出前授業等の提案を行い、魅力発信の機会を創出できるよう努力している。

(3) 具体の取組

出前授業、実習授業、現場見学会などを、工業



図－3 取組スケジュール

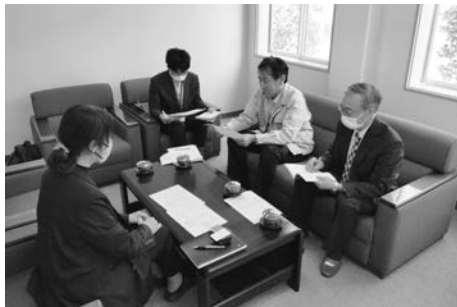


写真-1 学校訪問



写真-2 現場見学会



写真-3 実習授業

系高校（建設系学科設置）に限らず普通科や総合学科でも実施している。

① 体験型授業

出前授業等では、生徒に印象に残りやすいように、参加・体験できる内容を含むものとしている

（写真-2、3）。

② 魅力発信ツール

県内建設企業の協力のもと魅力発信冊子・動画を作成し、出前授業等で活用している（図-4、5）。



図-4 魅力発信①冊子



←魅力発信ホームページ

図－5 魅力発信②動画



三重県県土整備部
YouTube



三重高校ダンス部
シリアスフレーバー
Instagram

図－6 三重高校ダンス部とのコラボレーション

4. 新たな視点の取組

(1) 部活動とのコラボによる魅力発信

建設業の明るいイメージを伝えるため、三重高校ダンス部（シリアスフレーバー）とのコラボレーションにより、ダンス動画を作成した。同校ダンス部は全国的にも有名で、多数のメディアに出演しているとともに地域のイベントにも積極的に参加しており、発信力の高いクラブチームである。ダンス部が考えたダンスを、一般社団法人全国建設業協会松阪支部と三重県県土整備部の幹部職員がダンス部メンバーと一緒に必死に楽しく踊る姿により、建設業の明るい雰囲気が伝わっている。

また、動画が完成した際には、同校で上映会を開催するとともに、ダンス部の SNS でも発信してもらった（図－6）。

(2) 進路指導教諭による採用力向上セミナー

生徒が就職先を選ぶに際し、最も重要となる求人票の書き方や採用活動のポイントを、進路指導教諭から直接指導いただくセミナーを開催した（写真－4）。

先生からは、「高校生の仕事選びの決め手」や



写真－4 採用力向上セミナー

「求人票での自社アピールの方法」など、具体的な事例を含めながら指南いただいた。参加した建設企業からは、「高校生へのアピール方法等、今まで疑問に思っていたことがよく理解できた」、「自社がいかにアピール不足だったかを痛感した」など、どの企業にとっても有意義なものになった。

(3) 先生の卵となる学生に建設業の魅力を発信

生徒へ建設業の魅力を発信するためには、先生に魅力を理解してもらう必要がある。現役の先生に対しては学校訪問等で説明をしているが、先生になる前から建設業の魅力を正しく理解してもらえるよう、三重大学生物資源学部で教職を目指す学生を対象とした出前授業を、三重県地質調査業



写真-5 三重大学 アクティブラーニング



写真-6 海星高校 探究の時間



協会と連携し実施した。授業内容は、教職課程の「地学」の中で実際に発生した地すべり災害を事例に、学生が調査手法から解決策まですべてのことを自ら考える「アクティブラーニング」形式で実施した（写真-5）。

高度な授業内容であったが、学生は地質データや航空写真等より地形の変状を読み取り、地すべりの範囲や深さなどを導き出すなど、授業を通じて学んでいる知識と建設業に関連する仕事とのつながりを感じてもらえた授業になった。

(4) 新たな授業（探究の時間）へのアプローチ

令和4年度より、多くの高校で「探究の時間」という授業がスタートしており、「地域の課題を生徒自らが見つけ、課題解決策を考える」ことを目的としている。地域の課題解決といえば、まさに建設業（まちづくり）のフィールドと考え、各学校に授業の企画を提案し、それぞれのニーズに合わせたワークショップやフィールドワークを実施している（写真-6）。

5. 伝えたい人に伝わる広報

(1) 「SNSは先生・生徒にダイレクトに届ける！」

SNSによる情報発信が浸透しているが、ただ情報を発信するだけでは、生徒がその投稿を見ることは皆無である。

各種取組を実施しSNSを投稿した際には、SNSへリンクする二次元コードを付した学校ごとのオリジナルポスターを作成し、学校側への掲示や生徒へのデータ共有を依頼することにより、直接見てもらえる工夫をしている（図-7）。

(2) 学校側から情報発信

出前授業等の取組を学校のホームページやSNSにて発信してもらうよう、学校側に依頼している。学校関係者からの発信は、生徒、保護者、地域の方に届きやすいため、県や業界が発信する以上に、その効果は大きいと考えている。



図ー7 取組 PR ポスター

6. 取組の効果

(1) 建設業が職業選択肢の一つに

先生との接触機会の創出により、多くの建設企業（業団体）が先生とのコネクションを構築できている。また、出前授業等の魅力発信ができる機会についても飛躍的に多くなってきており、学校によっては取組が定着し、年間の授業プログラムに組み込んでもらっている。先生からも、取組を通じて建設業に興味を持った生徒が出てきている、との声もいただいている。

(2) 建設業のイメージアップ

出前授業のアンケート等では、「思っていたより休みが多い仕事だと分かった」、「授業を通じて建設業の仕事が身近に感じた」といった感想を多くいただいている。各種取組を通じて、生徒はしっかり今の建設業のことを理解してくれており、建設業のイメージアップにつながっている。

7. おわりに

担い手確保の取組は、即時的に効果が出るものではなく、学校との関係性の継続による各種取組の実施や、SNSによる情報発信などを続けることで、徐々に効果が表れてくると考えている。生徒が就職を考える際、地域の建設企業が就職先の選択肢に挙がるよう、取組を改善し、継続的に担い手の確保を進めていく。

一方、生産年齢人口の減少や地元に残る新卒者の人数は年々減っており、建設業の担い手確保は今後、より一層厳しいものになっていく。このため、地域の建設企業が将来にわたり存続していくためには、建設 DX 等による生産性の向上や、建設ディレクターのような分業化といった働き方を同時に進めていかなければならない。



三重県建設産業活性化プラン2024