

職場環境のあり方と魅力を伝える広報について

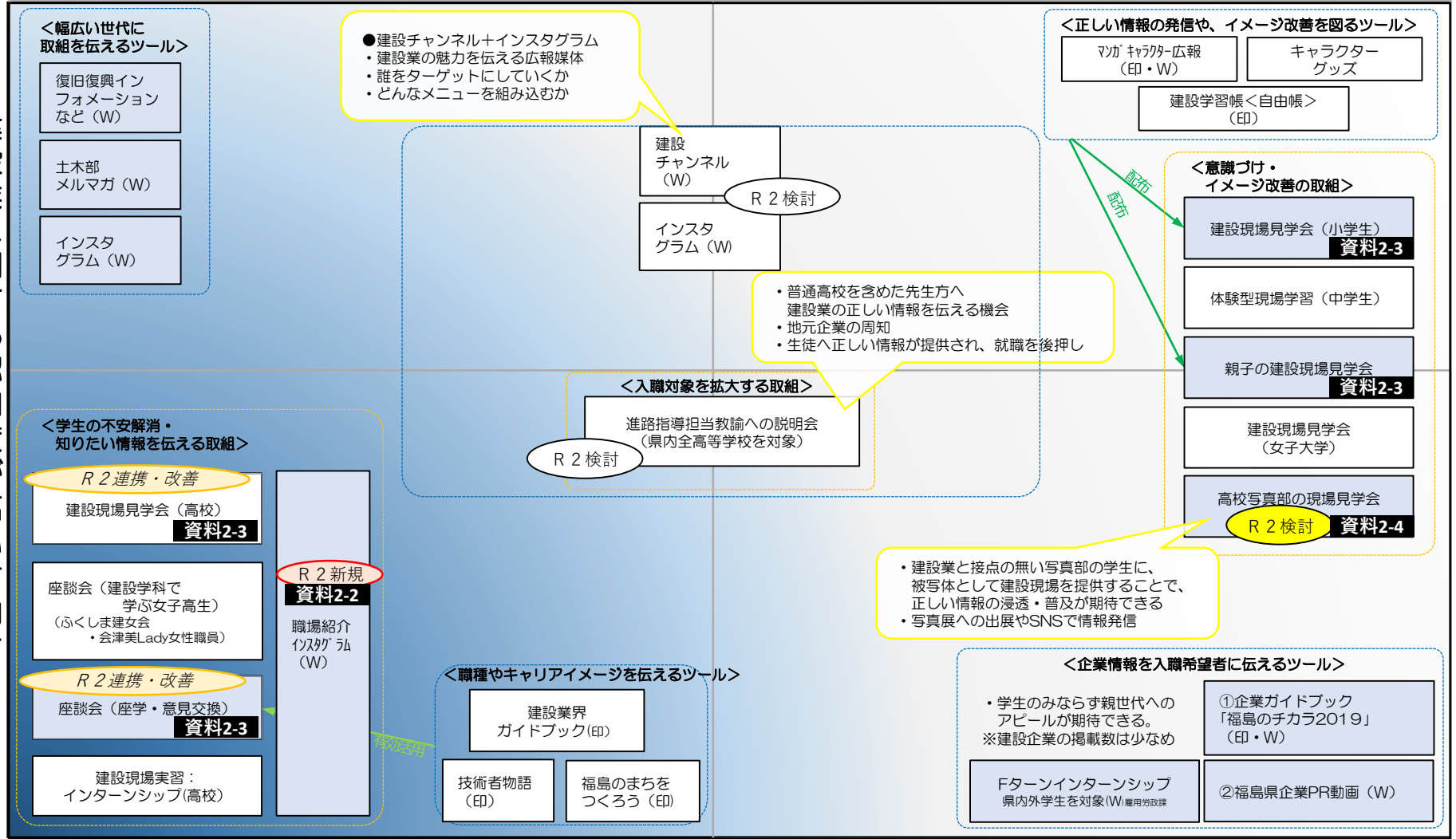
◇入職促進とイメージアップ対策の分類表（福島県と関係団体）

イメージアップ対策（仕事内容や社会貢献）

凡 例（実施機関）	
関係団体	福島県

建設業に関する認知度が高い方向け

建設業に関する認知度が低い方向け



入職促進対策

◇その他（外部の取組との連携）

・職場環境に関する既存認定制度（厚生労働省におけるユースエール、えるぼし、くるみん等）について、一元的に把握できる仕組みの構築を目指す。

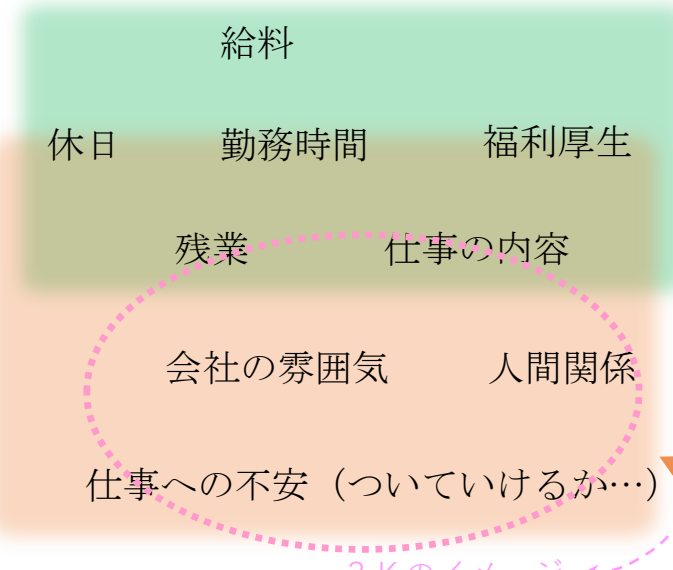
《目的》学生への情報発信強化による入職促進

R元提案の「ふくしま職場環境優良建設企業認定事業」は、入職世代の若者が求める職場環境や人材育成に関する基準を満たした企業について、県が認定を行うことで、職場環境改善、イメージ改善、入職・定着の促進を図ることを目的としていた。
 しかし、企業をターゲットとする職場環境改善策としては、既に様々な認定制度等（厚生労働省におけるユースール、えるぼし、くるみん等）が制度化されており、また、3Kのイメージ改善のためには仕事内容の認知度向上が有効（R元座談会結果）であることから、学生をターゲットとした情報発信強化の取組として提案内容の見直しを行うこととする。

■学生が知りたい情報の分析

R元学生アンケート結果

	就職を考える上で、重要な要素は何ですか。	就職先を検討する上で、知りたい情報はありますか。	就職するにあたっての不安や心配に感じることは何ですか。	建設業及び測量設計会社等への就職に関心を持ったきっかけは何ですか。	建設業に対するイメージを教えてください。
第1位	給料	給与制度	休暇	学校での講義・授業	後世に残る仕事
第2位	福利厚生	休日・有給休暇	人間関係	現場見学会	休みが少ない
第3位	週休2日	勤務時間 残業時間	仕事についていけるか	災害を経験して	労働時間長い
第4位	社内雰囲気	仕事の内容	給料	テレビ等の情報	給料高い
第5位	会社の安定性・評判	福利厚生	定年まで働けるか	親や親戚からの話	モノを造る喜び



【A】求人情報として発信されている情報

ex) 求人票、就職説明会、ホームページ 等

- ・他業種と同様に、すでに企業個々に情報発信がなされている。
- ・また、これらの情報を取り扱う既存の認定制度等があり、認定要件（残業〇時間未満等）を満たすことで企業の認知度が向上するほか、認定プロセスにより企業の職場環境向上にも間接的に寄与している。

【B】従前の求人情報では十分に発信できなかった情報

- ・現状、受け手側のニーズに発信側が対応し切れていない分野。
 ⇒つまり、担い手確保を課題とする建設業界として取り組む意義が大きい。
- ・ただし、情報の性格上、一元的な発信手段では、細部まで伝えることが困難な情報であるため、発信機会の創出・宣伝に力点を置く必要有り。
- ・また、課題である3Kイメージと密接なニーズでもある。
 イメージ改善のためには、企業個々によるリクルート競争では生むことのできない業界としての引力の向上が必要。

【B】について 産学官連携協議会としての取組...次頁（具体案）

①担い手確保に向けた広報 ～職場紹介Instagram～

《具体案》職場紹介Instagram

県内学校を卒業し、県内の建設企業で活躍する若手社員の生の声を用いた仕事内容・企業情報等の発信による入職促進

学生ニーズに合致した情報を親しみやすい形態で提供

SNSの活用により継続性を確保

若手社員自身のモチベーション向上にも寄与

なぜInstagramか？

◆学生は企業との“リアルな接触”を求めている

- ・ただし、現場見学会、インターシップ等は種々開催されている。
- ⇒必要なのは、手軽で親しみやすい情報収集媒体

◆若者の情報収集手段としてのシェア拡大

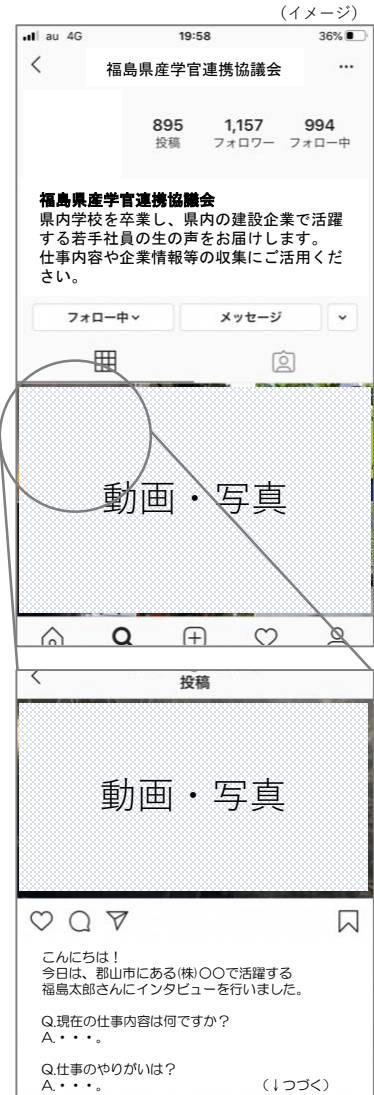
- ・就活生（大学生）が情報源として「最も利用しているメディア」は、インターネット：比率87.8%（過去最高）
 一方、新聞：11.6%
 本（雑誌、書籍など）：0.8%
 - ・さらに、就活生（大学生）が「よく利用するSNS」は、Instagram：66.8%（近年急速な伸び）
 一方、Twitter：75.6%（減少傾向）
 Facebook：13.6%（大幅減少）
- 出典「2021年卒マイナビ大学生のライフスタイル調査」

◆Instagramの強み

- ・写真や動画で企業イメージを伝えやすい。
- ・若者の利用率が高い。
- ・3大SNS中、最もユーザー数の伸びが大きい。（Twitter：文字数制限140字、Facebook：若者離れ）

◆その他

- ・新型コロナウイルス感染症拡大の影響による就職活動のWeb化



◎運用方法

- (1) 技術職・事務職問わず【中途採用者、内業従事者等も対象とする】
- (2) 週1回以上投稿
(投稿現場リスト作成し順次投稿+投稿希望を随時受け付け投稿)
- (3) 県建設産業室にてアカウント管理【産・官連携】
 ・投稿文をQA方式で定型化
 ・建設業協会、県双方にて内容チェック
 ⇒入職促進を目的とした情報として信頼性・堅実性を確保

投稿イメージ

動画（インタビュー）
or
写真（現場+若手社員の顔）

こんにちは！
今日は、郡山市にある(株)〇〇で活躍する福島太郎さんにインタビューを行いました。

Q.現在の仕事内容は何ですか？
A.・・・

Q.年齢、出身校は？
A.・・・

Q.仕事のやりがいは？
A.・・・

Q.会社の雰囲気、人間関係は？
A.・・・

）

Q.建設業を目指す若者へ一言！
A.・・・

Q.会社採用窓口。インターシップ有無。
A.総務課TELOO インターシップ：有

身近な存在により、親しみやすさup!!

仕事・会社に関するリアルな情報を提供

自らのレポートを交えた紹介

学生と企業の“リアルな接触”を繋ぐ媒体としての役割

令和2年度 学生との座談会 (主催：福島県建設業協会)

	実施月日 時間	学校名(学科)	男女	参加人数		計	内容
				男子	女子		
1	12月10日(水) 13:30~15:20	岩瀬農業高等学校(環境工学科)	男子	36	0	36	①座学1「建設業の役割など」 ②座学2「建設業の仕事内容」 ③座談会(テーマ未定)
			女子				
2	12月15日(火) 13:25~15:15	福島明成高等学校(環境土木科)	男子	37	3	40	①座学1「建設業の役割など」 ②座学2「建設業の仕事内容」 ③座談会(テーマ未定)
			女子				
3	12月予定	二本松工業高等学校(都市システム科)	男子	40	0	40	①グループワーク(テーマ未定) ②座学1「建設業の役割など」 ③座学2「建設業の仕事内容」 ④座談会(テーマ未定) ⑤グループワークとりまとめ結果発表
			女子				
実施校 3校			計			116	

令和2年度 小学生及び親子の現場見学会 (主催：福島県)

	実施時期	学校名	見学先(予定)
小学生	9月~11月	(調整中)	(調整中)

	実施時期	見学先
親子	10~11月	(調整中)

令和2年度 現場見学会日程表 (主催：福島県建設業協会)

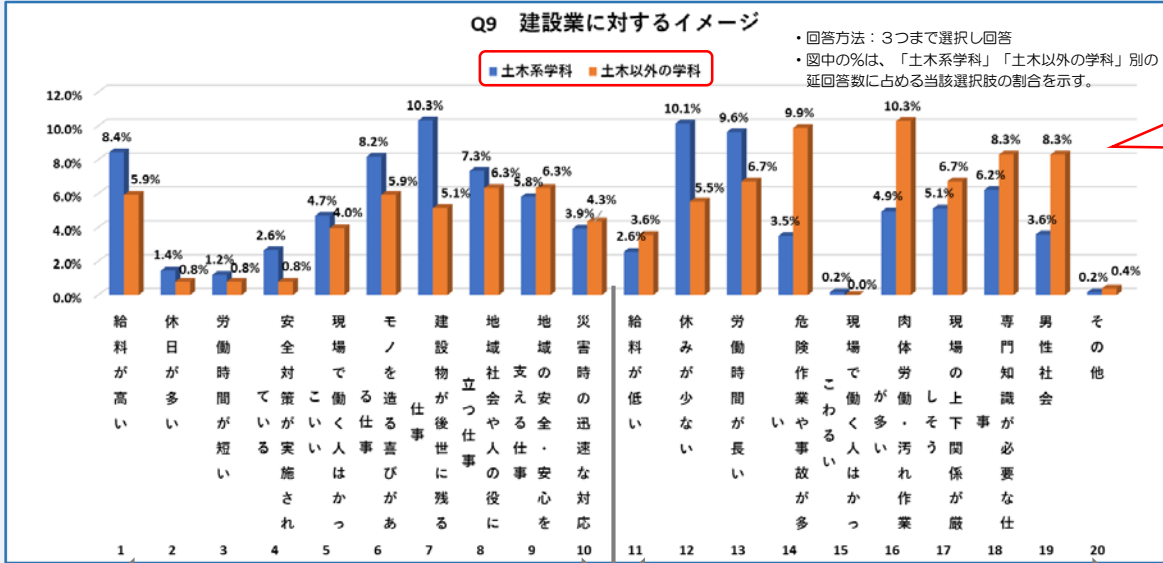
	実施月日	学校名(学科)	男女	希望参加人数			計	見学先	見学希望工種
				1年生	2年生	3年生			
1	7月8日(水)	勿来工業高等学校(建築科)	男子			29	40	いわき市立三和小学校校舎新築工事(いわき市)	建築
			女子			11			
2	7月22日(水)	会津農林高等学校(森林環境科)	男子	24			24	公共災害復旧工事(道路)(喜多方建設)	土木
			女子						
3	7月29日(水)	岩瀬農業高等学校(環境工学科)	男子	37			37	道路橋りょう整備工事(294号)(県南建設)	土木
			女子						
4	9月1日(火)	福島工業高等学校(建築科)	男子		30		38	福島養護学校校舎改築(福島市)	建築
			女子		8				
5	9月3日(木)	学法福島高等学校(普通科実務選択コース)	男子		28		29	福島養護学校校舎改築(福島市)	建築
			女子		1				
6	9月11日(金)	郡山北工業高等学校(建築科)	男子		31		39	福島養護学校校舎改築(福島市)	建築
			女子		8				
7	9月16日(水)	会津工業高等学校(建築インテリア科)	男子		20		39	会津若松市立行仁小学校新築工事(若松市)	建築
			女子		19				
8	11月2日(月)	平工業高等学校(土木環境工学科)	男子		29		35	夏井川・好間川改良復旧事業(いわき建設)	土木
			女子		6				
9	12月1日(火)	福島明成高等学校(環境土木科)	男子	32			35	相馬福島道路(福島河川)	土木
			女子	3					
実施校 9校(高校) 実施回数 9回			計			316			

将来の建設業界を支えるみんな
と座談会、見学会を開催!



③新たな広報手段 高校写真部の現場見学会

R元学生アンケート調査結果の分析 ～問「建設業に対するイメージ」に関する考察～



学生は、建設業への馴染みの有無（土木系学科or土木以外の学科）により、建設業に対するイメージにバラツキがある。
 ⇒建設業の実情・実態の理解に課題がある。

- 学生をターゲットとして、建設業のありのままの姿を伝えることで、正しい理解に繋がることが期待できる。
- そのためには、
強いアピール力により、世の中の幅広い方々へ、効率良く発信することができる時代に合った周知方法とする必要がある。

≪解決策≫発信力の強い世代からの発信、写真のチカラの活用

R元アンケート調査結果抜粋（福島大学、日本大学、福島高専、福島明成高、二本松工高、平高校 521名）

企画（案）：高校写真部の現場見学会『写真部が行く！建設現場(仮)』

高校写真部を主役とした現場見学会を、プロ写真家協力のもと開催し、建設業に馴染みのない方々への幅広い情報発信を図る。

参加高校生を經由した幅広い情報発信
 （高校生→友人・家族→世の中）

“写真のチカラ”を活用した
 広報・イメージアップ

メニュー（案）

①座学（AM）

- 建設業の役割について
- プロ写真家との座談会
 - ・建設業の魅力紹介
 - ・意見交換

②建設現場写真撮影（PM）

- 働く人や施工中の土木構造物のリアルを撮影

③写真の活用

- コンテストへ応募
- 展覧会への出品
- 個人、学校での情報発信
- 県HPでの情報発信 など

