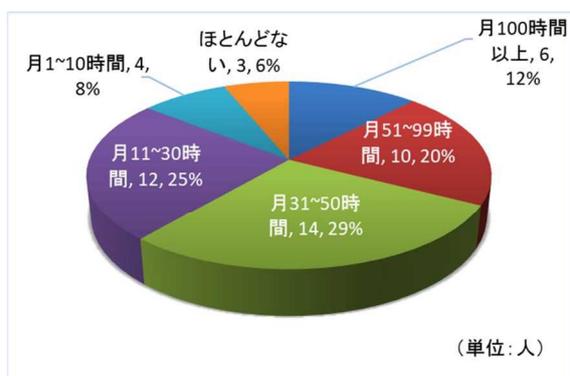


設問 2. 残業について

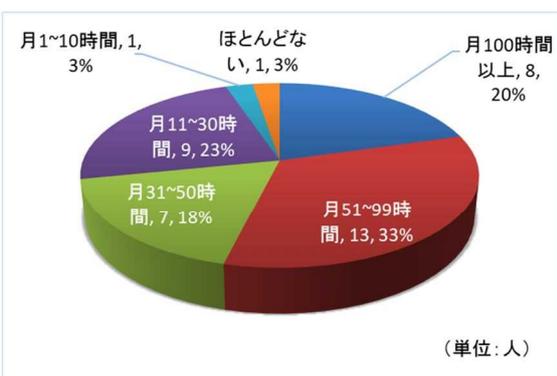
図表 52 と 53 は、それぞれ残業が最も多い月と最も少ない月の月合計残業時間について、施工業者、コンサルタントごとにまとめたものである。

施工業者の残業については、繁忙月では月 100 時間以上 (12%)、月 51~99 時間以上 (20%) と、残業を月 50 時間している職員が約 3 割いる一方、繁忙月でもほとんど残業がないと感じている職員もいることがわかった。閑散月では、残業が月 10 時間以下と答える職員が 62% と過半数を占めており、繁忙月と閑散月との差が非常に大きくなっていることが分かる。

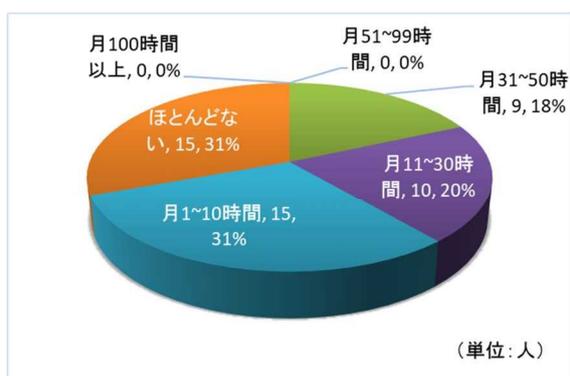
コンサルタントについては、繁忙月では月 100 時間以上 (20%)、月 51~99 時間以上 (33%) と、残業を月 50 時間している職員が約 6 割にのぼり、閑散月についても月 50 時間以上残業をしている人がいるなど、施工業者よりも全体的に残業が多く、残業が慢性化している状況にある。



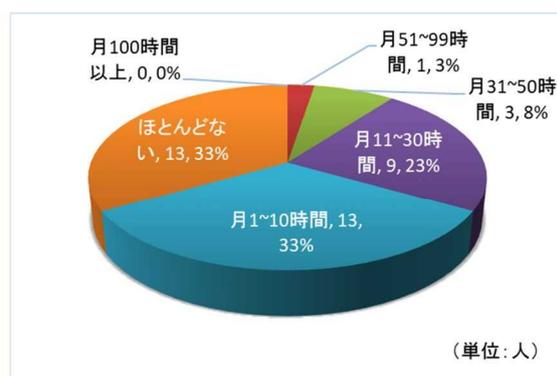
図表 52-1 繁忙月残業時間 (施工業者)



図表 52-2 繁忙月残業時間 (コンサルタント)



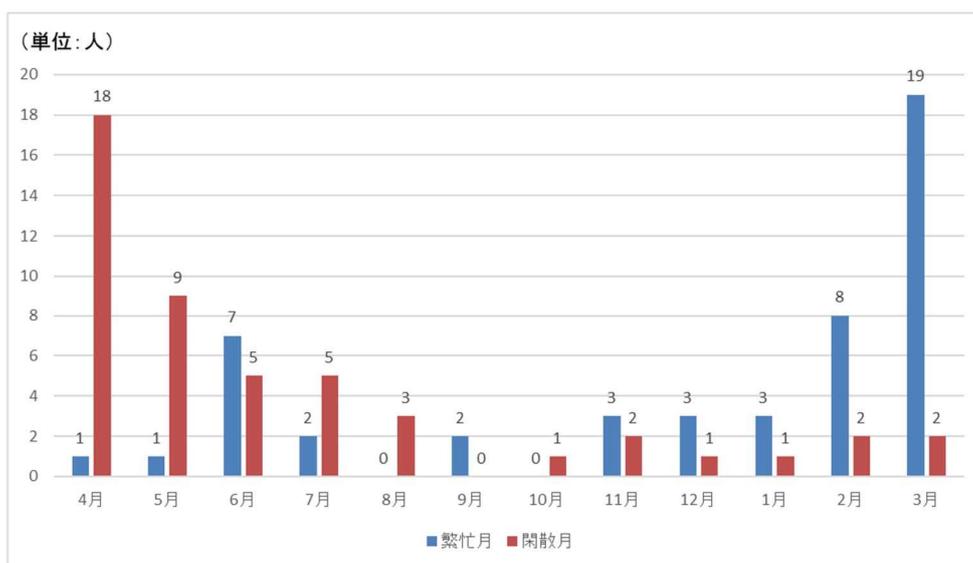
図表 53-1 閑散月残業時間 (施工業者)



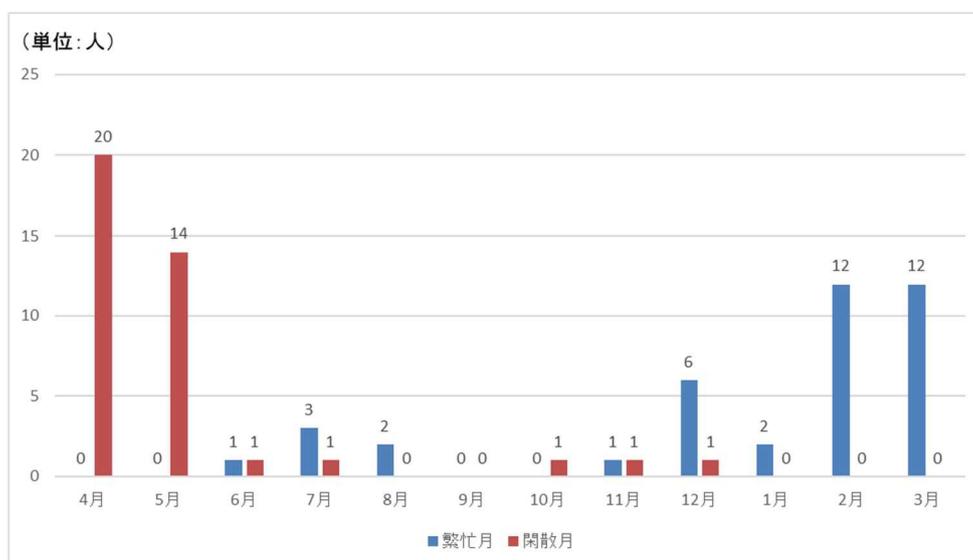
図表 53-2 閑散月残業時間 (コンサルタント)

図表 54 は、施工業者、コンサルタントごとに、最も残業が多い月と最も残業が少ない月についてまとめたものである。

施工業者、コンサルタントとも全体的な傾向は同様であり、繁忙期と閑散期を比較すると時期によって労働需要に大きな変動が見られることがわかる。どの月が繁忙期・閑散期に当たるかについて見ると、11月頃から年度末である3月にかけてが最も忙しく、他方、年度が変わった4、5月が最も業務量が少ないと答える人が多く、年度末に業務が集中する一方で、年度当初は業務量が落ち込んでいることが分かる。



図表 54-1 繁忙月・閑散月回答数 (施工)

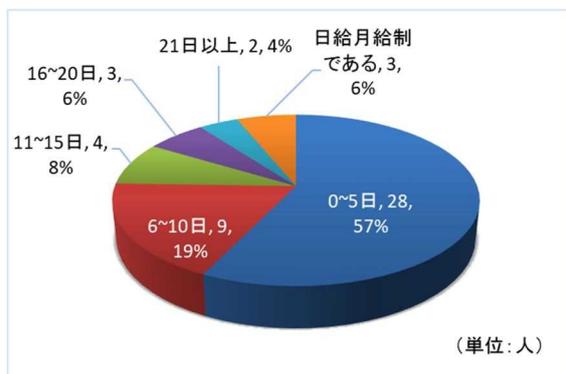


図表 54-2 繁忙月・閑散月回答数 (コンサルタント)

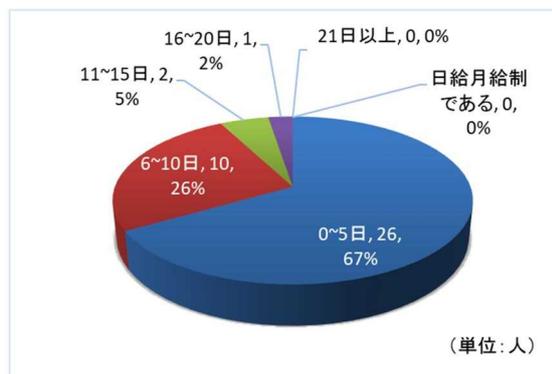
設問 3.休暇の取得状況

図表 55 は、年間の有休休暇取得日数についてまとめたものである。有給休暇の取得状況については、施工業者では 57%と約 6 割、コンサルタントでは 67%と約 7 割が年間 5 日以下となっている。また、図表 56 のような仮定を用いた場合、平均有給休暇取得日数はでは施工業者で 6.1 日、コンサルタントで 5.3 日となっている。

図表 57 は大分県内の他産業との比較を行ったものである。なお、他産業のデータは H29 毎月勤労統計調査結果を用いている。今回のアンケート結果は他産業で最も低い運輸・郵便業よりもさらに低く、休みが少ないという建設産業の実態がよく表れている。



図表 55-1 有給取得状況 (施工業者)



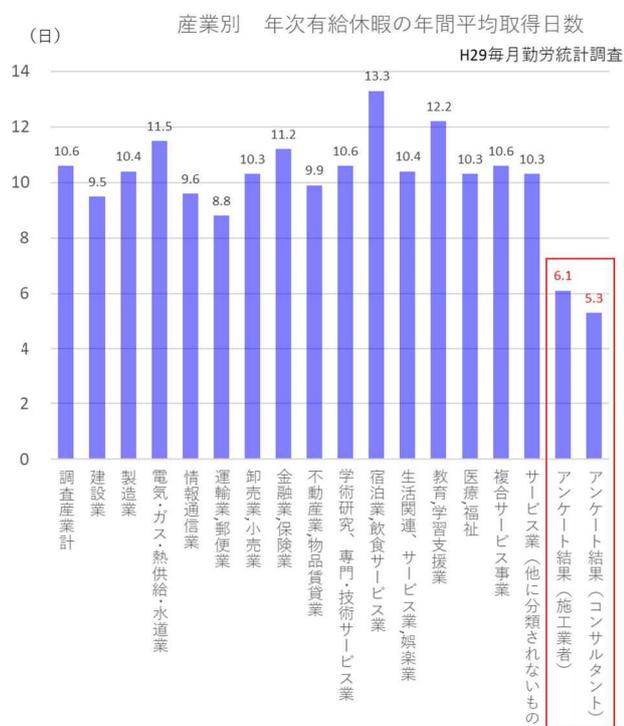
図表 55-2 有給取得状況 (コンサルタント)

付与日数	代表値	回答数	代表値×回答数
0~5	2.5	28	70
6~10	7.5	9	67.5
11~15	12.5	4	50
16~20	17.5	3	52.5
21~	21	2	42
計		46	282
		平均値	6.1

図表 56-1 平均有給取得日数 (施工業者)

付与日数	代表値	回答数	代表値×回答数
0~5	2.5	26	65
6~10	7.5	20	150
11~15	12.5	2	25
16~20	17.5	1	17.5
21~	21	0	0
計		49	257.5
		平均値	5.3

図表 56-2 平均有給取得日数 (コンサルタント)



図表 57 平均有給取得日数の他産業との比較
出典：H29 毎月勤労統計調査

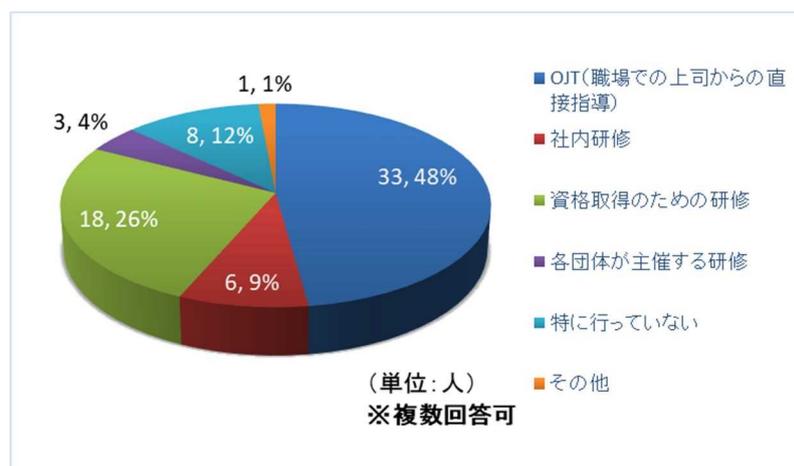
設問 4.自己のスキルアップについて

(1) 現在行っているスキルアップの方法について

図表 58 は、どのように自己のスキルアップを図っているかについてまとめたものである。

施工業者では、OJT と回答した人が最も多く(33 人,48%)、次いで資格取得のための研修(18 人,26%)となっている。一方で、特に行っていないという回答も 12%あった。企業側のアンケートでは OJT に対する取組は多くなかったが、若手技術者は現場でスキルアップを図っているという認識を持っていることが分かる。また、資格所得に向けてのスキルアップも全体の 1/4 が取り組んでおり、自らのキャリアにつながるとの意識を持っていることが分かる。

コンサルタントは、施工業者と同様に、OJT が最も多く回答された(23 人、37%)が、社内研修、資格取得のための研修、各団体が主催する研修等の回答も見られ、あらゆる機会スキルアップを図ろうとする意識がうかがえる。



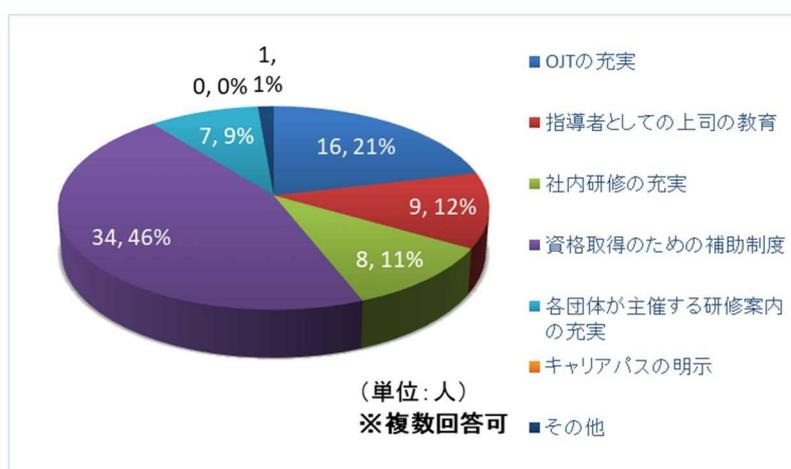
図表 58-1 現在行っているスキルアップの取り組み (施工業者)



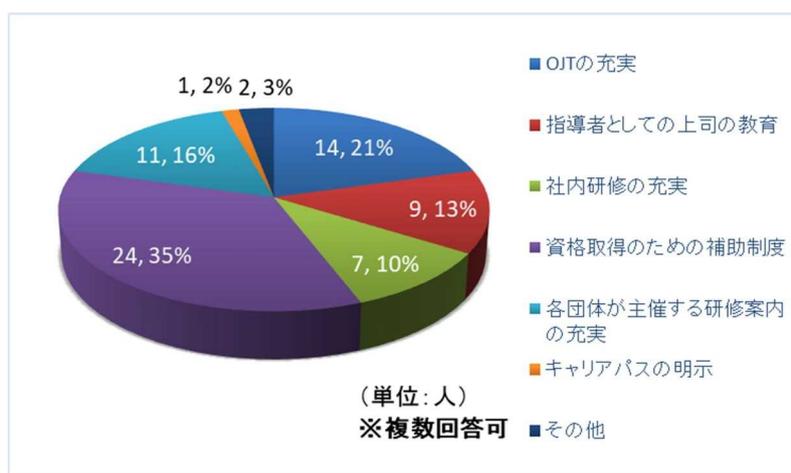
図表 58-2 現在行っているスキルアップの取り組み (コンサルタント)

(2) スキルアップのために望むこと

図表 59 は、若手技術者・技能者が自己のスキルアップのために望んでいることをまとめたものである。施工業者、コンサルタントともに資格取得のための補助制度が最も高くなっている。企業側の取組の中でも資格取得への支援はおおむね半数の企業で実施しているものの、若手の意見としては更なる支援を望んでいるといえる。また、OJT、上司の教育、社内教育といった社内での教育を望む声が多い一方で、企業側は OJT に力を入れている割合は低く、若手技術者と企業側にギャップがある。



図表 59-1 スキルアップのために望むこと (施工業者)



図表 59-2 スキルアップのために望むこと (コンサルタント)

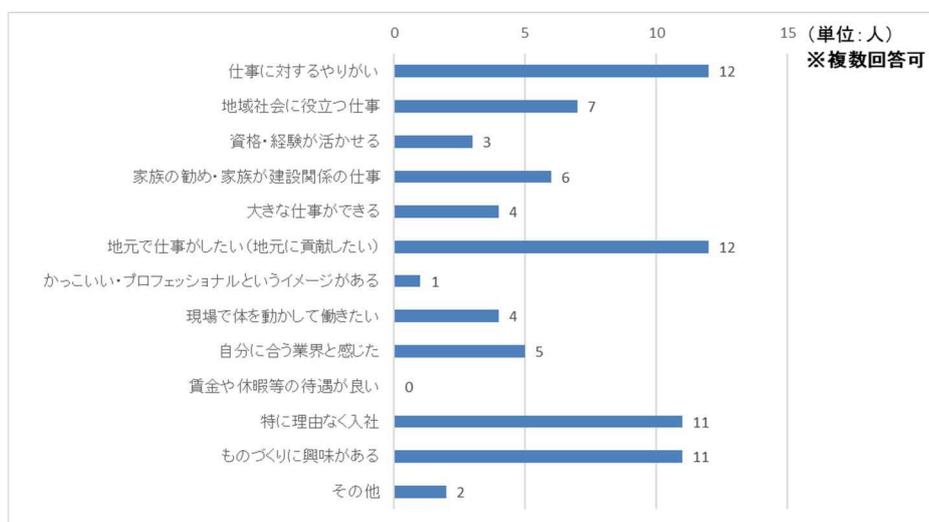
設問 5.建設産業を就職先として選んだ理由

(1) 建設産業を選んだ理由

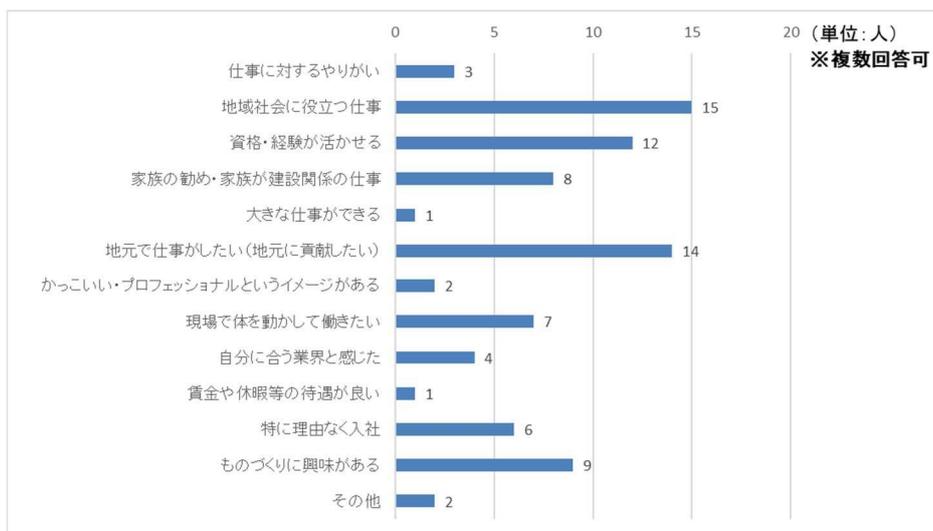
図表 60 は、建設産業を就職先として選んだ理由についてまとめたものである。

施工業者では「仕事に対するやりがい」「ものづくりに興味がある」といった理由のほか「地元で仕事がしたい」という地元志向の回答が多かった。一方で、「特に理由なく入社」という理由も多かった。

コンサルタントでは「地域社会に役立つ」「地元で仕事がしたい」といった地元志向が施工業者よりも強いこと、また、「資格・経験が生かせる」といった専門知識を意識した回答も多くなっており、施工業者とは異なる傾向が見られた。



図表 60-1 建設産業を選んだ理由（施工業者）



図表 60-2 建設産業を選んだ理由（コンサルタント）

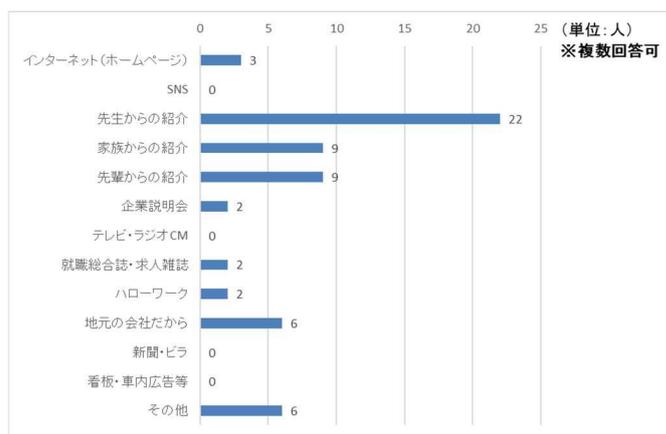
(2) 現在の会社に入社したきっかけ

図表 61 は、現在働いている会社を選んだきっかけについてまとめたものである。会社を知ったきっかけについては、施工業者、コンサルタントともに「先生からの紹介」が突出して多かった。施工業者では、次いで「家族からの紹介」及び「先輩からの紹介」が多く、コンサルタントでは「先生からの紹介」次いで「ハローワーク」が多かった。

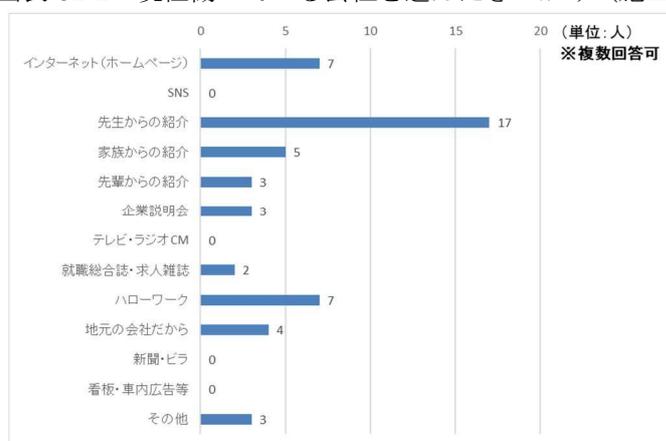
図表 62 は、企業が行っている情報発信手段をまとめたもの（図表 36～37）である。

これを見ると、企業の情報発信手段として利用／検討されているのはハローワーク、HP、学校訪問であるが、図表 61 からわかるように、若手職員の多くは学校から情報を得た会社に就職している。ハローワークについては、その目的が中途採用あることと、今回のアンケート回答のうち、中途採用者は全体の 1/3 であることから相対的に低くなっていると考えられる。また、HP は企業では積極的に活用している一方で、若手職員としては選んだきっかけとしている回答少なくなっている。

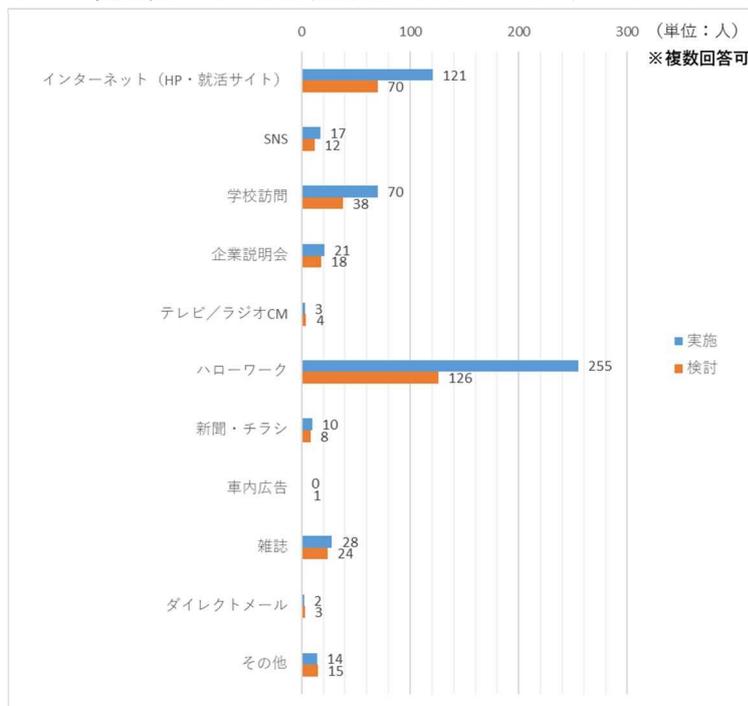
情報発信を行う上では、直接的に入社のきっかけになるもの、最終的にその企業を選択する上で情報収集するものなど情報発信の主旨、目的を明確にすることでより効率的な情報発信ができると考えられる。



図表 61-1 現在働いている会社を選んだきっかけ (施工業者)



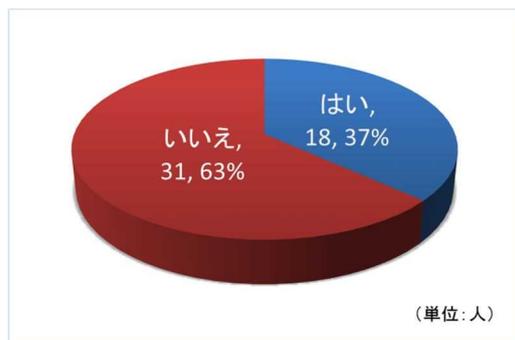
図表 61-2 現在働いている会社を選んだきっかけ (コンサルタント)



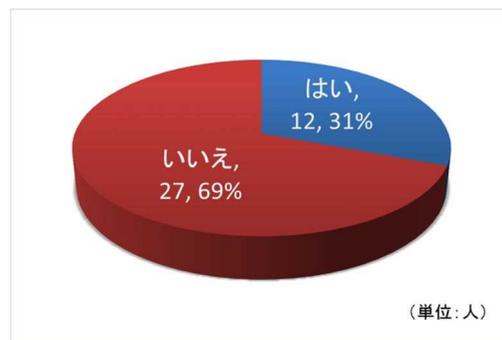
図表 62 企業の情報発信手段

設問 6.建設産業へのイメージについて

建設産業へのイメージについて（図表 63）は、入社前後で変わったと答える人は施工業者、コンサルタントともに全体の 30%台にとどまり、多くの人は入社前のイメージを入社後も持っていることがわかった。



図表 63-1 イメージの変化の有無
（施工業者）



図表 63-2 イメージの変化の有無
（コンサルタント）

図表 64～65 は、入社前後における建設業へのイメージについてまとめたものである（表中の入社前（入社後）割合は、各項目の入社前（入社後）イメージの回答数を入社前（入社後）イメージの回答数の和で除し、百分率で示したものである。また、増減は入社後割合から入社前割合を引いたものである。）。

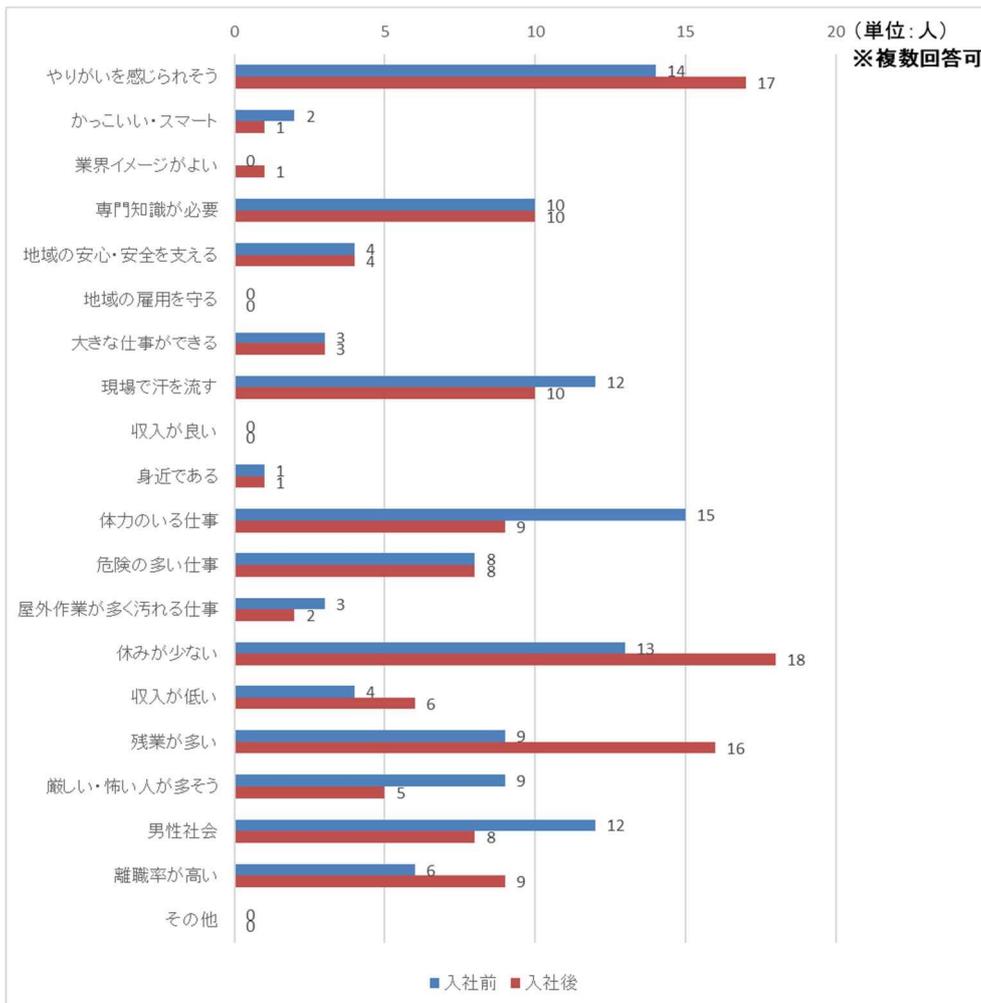
施工業者では、「やりがいを感じられそう」というイメージが増加するとともに、「現場で汗を流す」「体力のいる仕事」「汚れる仕事」とった 3K や「厳しい・怖い人多そう」「男性社会」といった建設産業でよく言われるイメージは減少しており、実態はイメージとは異なるという感想を持っている職員が多い。一方、「休みが少ない」「残業が多い」が入社後のイメージで増加しており、想像以上に休みが少なく残業の多い職場であるとの認識を持っていることが分かる。

コンサルタントでは、「専門知識が必要」というイメージが増加している。また、「やりがいを感じられそう」「地域の安心・安全を支える」といったイメージも実務を行うことで増加している。「休みが少ない」「残業が多い」といったイメージはやや減少しているものの大きな変化はなく、コンサルタントに就職している職員はもともと休みが少なく残業が多い職場であることをイメージして就職し、その通りの職場であると実感していることが分かる。

建設産業へのイメージ	入社前	割合(125中)	入社後	割合(128中)	増減
やりがいを感じられそう	14	11%	17	13%	2%
カッコいい・スマート	2	2%	1	1%	-1%
業界イメージがよい	0	0%	1	1%	1%
専門知識が必要	10	8%	10	8%	0%
地域の安心・安全を支える	4	3%	4	3%	0%
地域の雇用を守る	0	0%	0	0%	0%
大きな仕事ができる	3	2%	3	2%	0%
現場で汗を流す	12	10%	10	8%	-2%
収入が良い	0	0%	0	0%	0%
身近である	1	1%	1	1%	0%
体力のいる仕事	15	12%	9	7%	-5%
危険の多い仕事	8	6%	8	6%	0%
屋外作業が多く汚れる仕事	3	2%	2	2%	-1%
休みが少ない	13	10%	18	14%	4%
収入が低い	4	3%	6	5%	1%
残業が多い	9	7%	16	13%	5%
厳しい・怖い人多そう	9	7%	5	4%	-3%
男性社会	12	10%	8	6%	-3%
離職率が高い	6	5%	9	7%	2%
その他	0	0%	0	0%	0%
計	125		128		

※複数回答可

図表 64-1 入職前後における建設業へのイメージ（施工業者）

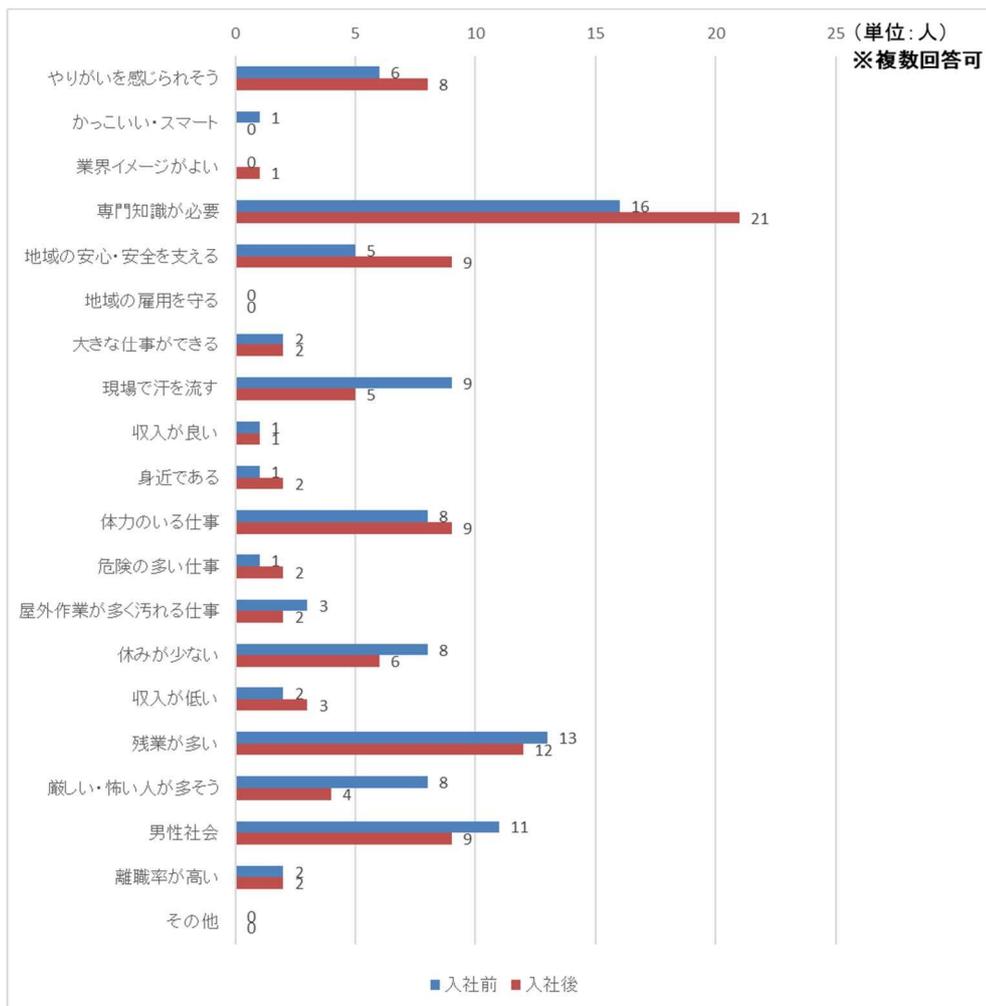


図表 65-1 入社前後のイメージの変化（施工業者）

建設産業へのイメージ	入社前	割合(97中)	入社後	割合(98中)	増減
やりがいを感じられそう	6	6%	8	8%	2%
カッコいい・スマート	1	1%	0	0%	-1%
業界イメージがよい	0	0%	1	1%	1%
専門知識が必要	16	16%	21	21%	5%
地域の安心・安全を支える	5	5%	9	9%	4%
地域の雇用を守る	0	0%	0	0%	0%
大きな仕事ができる	2	2%	2	2%	0%
現場で汗を流す	9	9%	5	5%	-4%
収入が良い	1	1%	1	1%	0%
身近である	1	1%	2	2%	1%
体力のいる仕事	8	8%	9	9%	1%
危険の多い仕事	1	1%	2	2%	1%
屋外作業が多く汚れる仕事	3	3%	2	2%	-1%
休みが少ない	8	8%	6	6%	-2%
収入が低い	2	2%	3	3%	1%
残業が多い	13	13%	12	12%	-1%
厳しい・怖い人多そう	8	8%	4	4%	-4%
男性社会	11	11%	9	9%	-2%
離職率が高い	2	2%	2	2%	0%
その他	0	0%	0	0%	0%
計	97		98		

※複数回答可

図表 64-2 入職前後における建設業へのイメージ (コンサルタント)

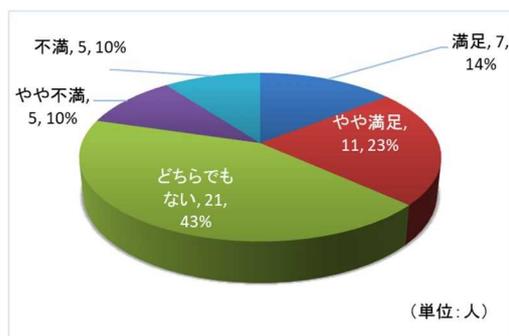


図表 65-2 入社前後のイメージの変化 (コンサルタント)

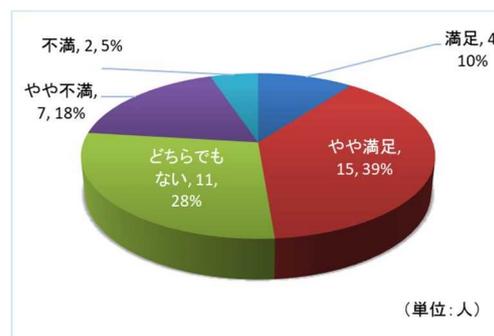
設問 7.仕事の満足度について

(1) 仕事の満足度

仕事の満足度について見ると（図表 66）、現在の仕事について、「満足」「やや満足」と回答した人は施工業者では 37%、コンサルタントでは 49%であり、コンサルタントの方が満足度は高かった。また、「不満」「やや不満」と回答した人が施工業者で 20%、コンサルタントで 23%と約 1/5 の職員が不満を持っている。



図表 66-1 仕事の満足度
(施工業者)



図表 66-2 仕事の満足度
(コンサルタント)

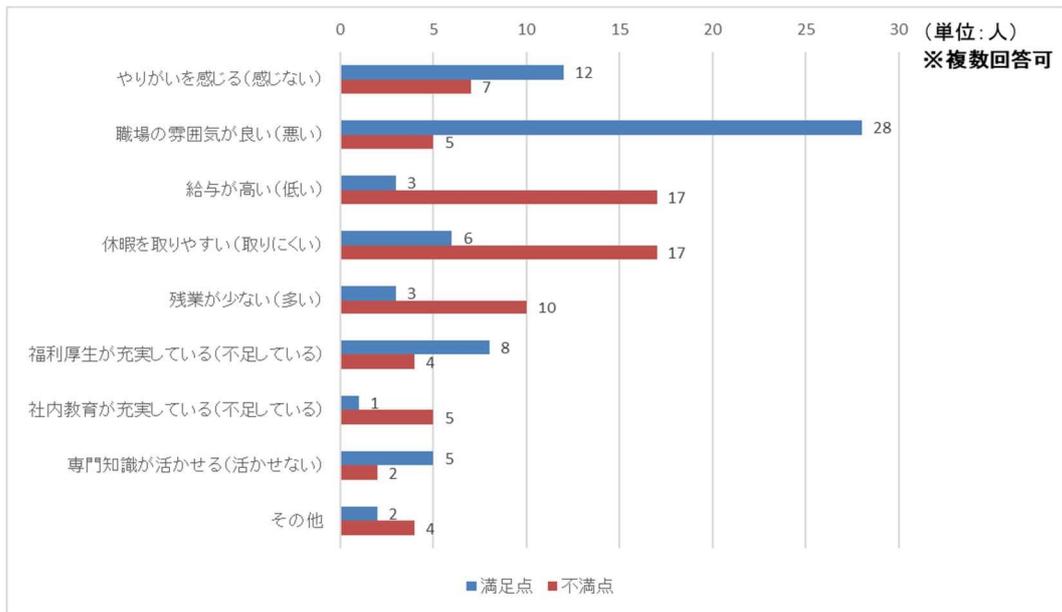
(2) 仕事・職場に満足していること・不満なこと

図表 67 は仕事・職場に満足していること及び不満なことをまとめたものである。

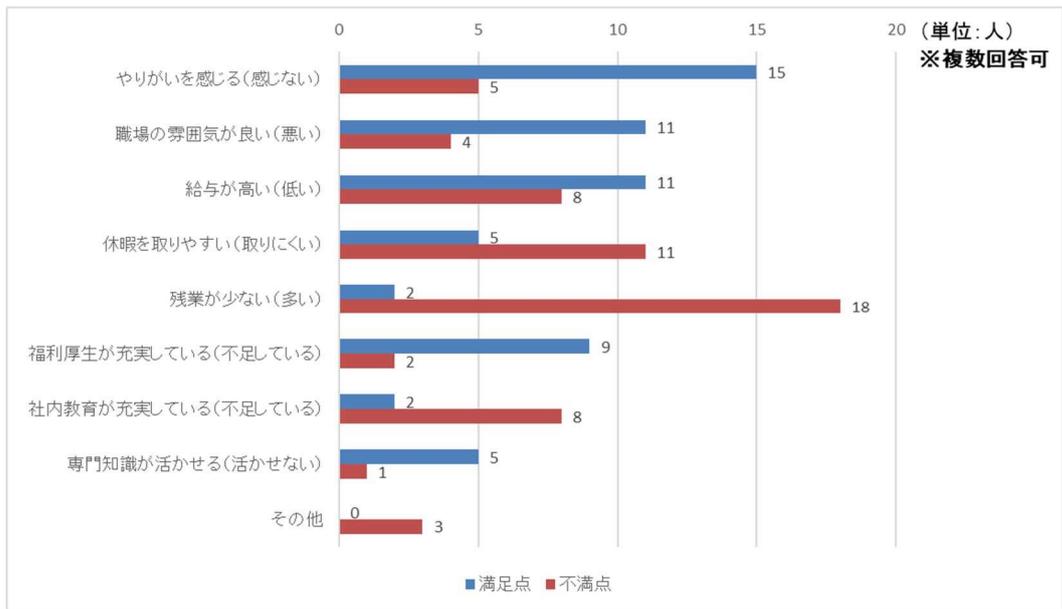
施工業者では、「職場の雰囲気がいい」「やりがいを感じる」「専門知識が活かせる」「福利厚生が充実している」といった点で満足している一方で、「給与が低い」「休暇を取りにくい」「残業が多い」が不満となっている。また、「社内教育が不足している」との不満も出ている。

コンサルタントでは、「やりがいを感じる」「職場の雰囲気がいい」「専門知識が活かせる」「福利厚生が充実している」といった点で満足している一方で、「残業が多い」「休暇を取りにくい」「社内教育が不足している」との回答が多かった。給与については不満という意見より満足という回答の方が多く結果となっており、意外な結果となっている。

施工業者、コンサルタントともに給与、休暇、残業について不満度が高かったが、施工業者ではより給与、休暇について不満が、コンサルタントではより残業についての不満が大きかった。また、両者とも福利厚生が充実しているとの意見が見られ、現行の制度でも満足できていることが分かる。



図表 67-1 仕事・職場に満足していること、不満足なこと（施工業者）

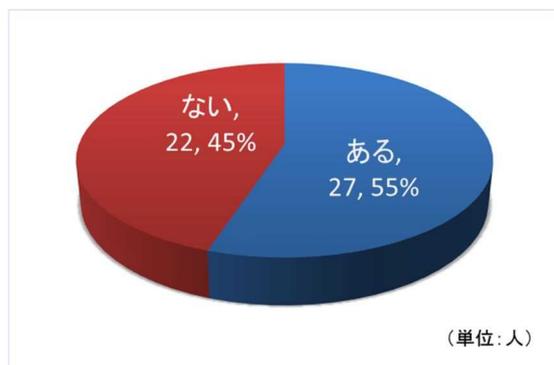


図表 67-1 仕事・職場に満足していること、不満足なこと（コンサルタント）

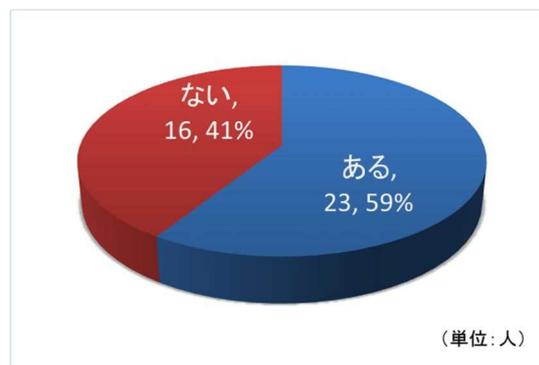
設問 8. 転職について

(1) 転職について

図表 68 は転職について考えたことがあるかという問いを整理したものである。施工業者、コンサルタントともに回答者の過半数が「今の仕事を辞めたいと思ったことがある」と回答している。



図表 68-1 仕事を辞めたいと思ったことがあるか（施工業者）



図表 68-2 仕事を辞めたいと思ったことがあるか（コンサルタント）

(2) 転職希望先（業種）

図表 69 は、「仕事を辞めたいと思ったことがあるか」の設問で「ある」と回答した人を対象に、転職する場合の希望転職先業種について調査した結果をまとめたものである。

転職する場合の希望転職先については、施工業者、コンサルタントともに建設産業以外を志向する若手が7割以上となっており、建設業からの離職を求める声が高い。また、他業種への転職について、施工業者ではもっと休日の多い業種への転職が44%と最も多いのに対し、コンサルタントではもっと給料の高い業種への転職が44%と施工業者とコンサルタントで傾向が異なっている。

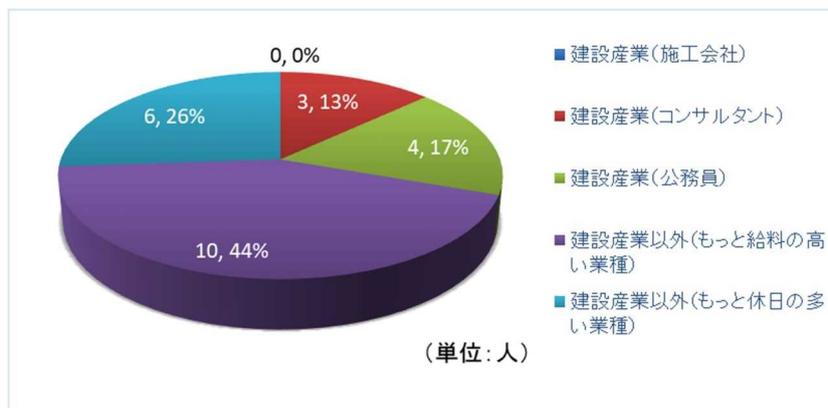
建設産業内での転職については、施工業者、コンサルタントへの転職が半分、公務員への転職が半分という結果となっている。

(3) 転職希望先（勤務地）

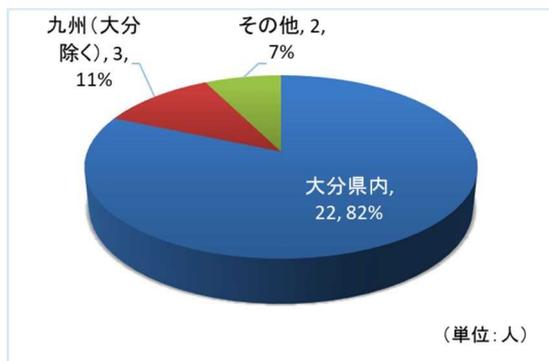
図表 70 は、転職する場合の希望転職地域をまとめたものである。施工業者、コンサルタントともに大分県内を希望する若手が7割超となっており、転職する場合でも地元志向は高いことがわかる。



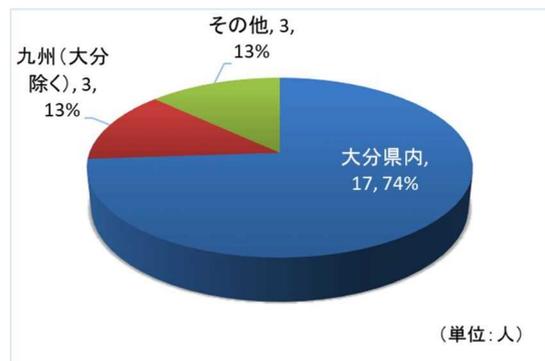
図表 69-1 希望転職業種 (施工業者)



図表 69-2 希望転職業種 (コンサルタント)



図表 70-1 希望転職先地域 (施工業者)



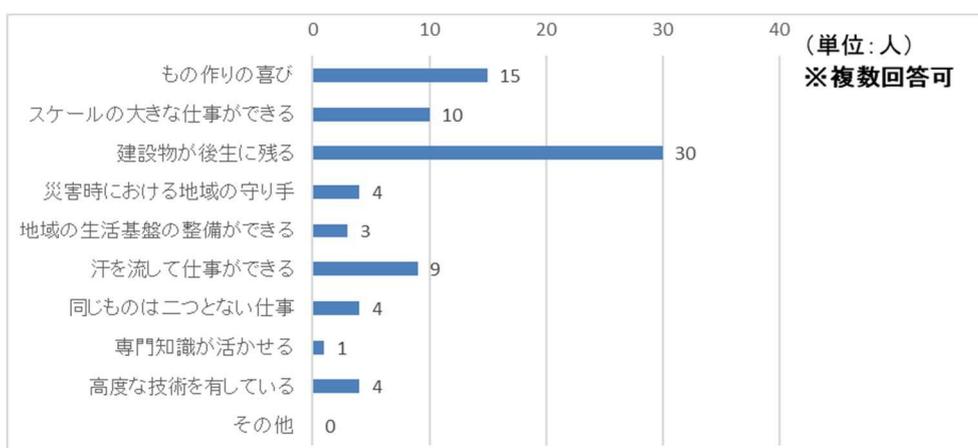
図表 70-2 希望転職先地域 (コンサルタント)

設問 9.建設産業の魅力

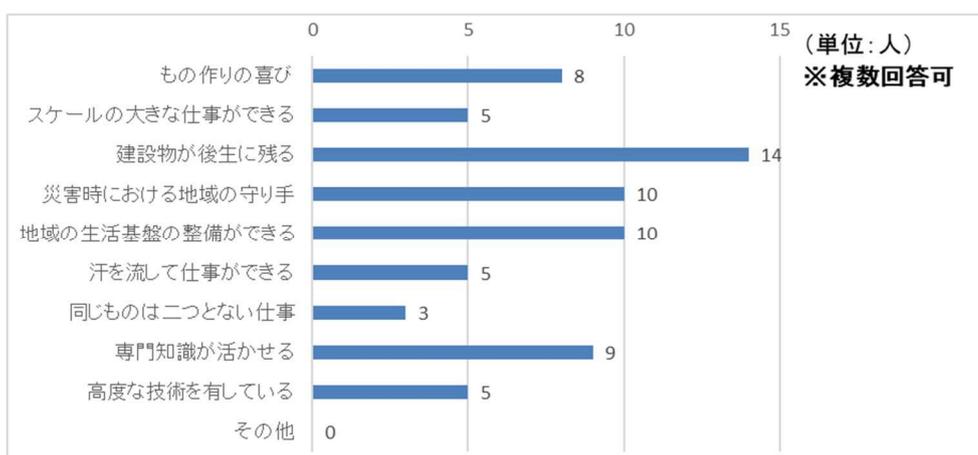
図表 71 は、若手技術者・技能者が考える建設産業の魅力についてまとめたものである。

施工業者、コンサルタントともに「建設物が後生に残る」ことが最も多く回答された。

施工業者では、以下「物作りの喜び」「スケールの大きな仕事」の順となっており、建設業ならではの項目が上位に入った。コンサルタントでは、「災害時における地域の守り手」、「地域の生活基盤の整備ができる」が多くなっており、地域のためになる活動ができることが魅力と捉えていることがうかがえる。これは、設問 6（建設産業へのイメージ）でも同様の傾向を示している。



図表 71-1 建設産業の魅力（施工業者）



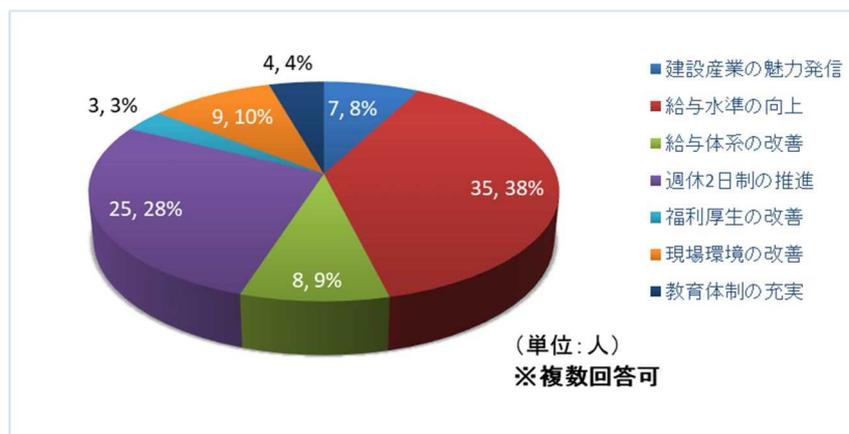
図表 71-2 建設産業の魅力（コンサルタント）

設問 10.建設産業に望むこと

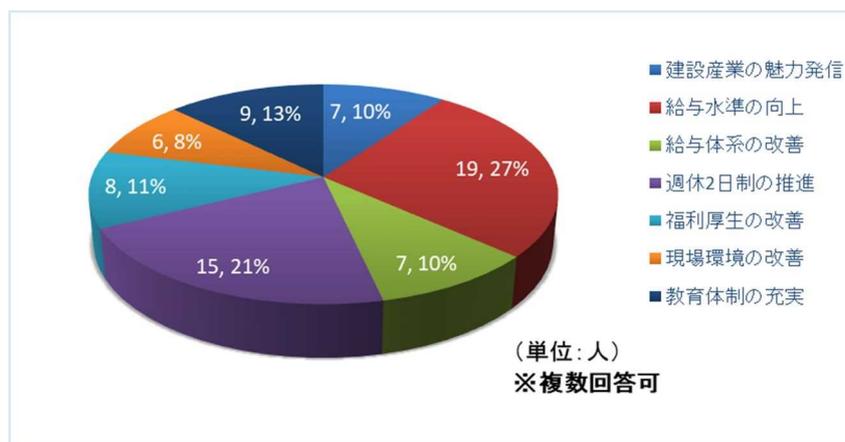
図表 72 は、若手技術者・技能者が建設産業に望むことをまとめたものである。

施工業者では、「給与水準の向上」「週休2日制の推進」が突出して多く、給料が少ない、休みが少ないという実態が顕著に表れている。

コンサルタントでもこの2つが最上位にはあるものの、施工業者と比べると相対的にその割合は低く、魅力発信や福利厚生 of 充実、教育体制の充実など、要望は多岐にわたっていることが分かる。



図表 72-1 建設産業に望むこと (施工業者)



図表 72-2 建設産業に望むこと (コンサルタント)

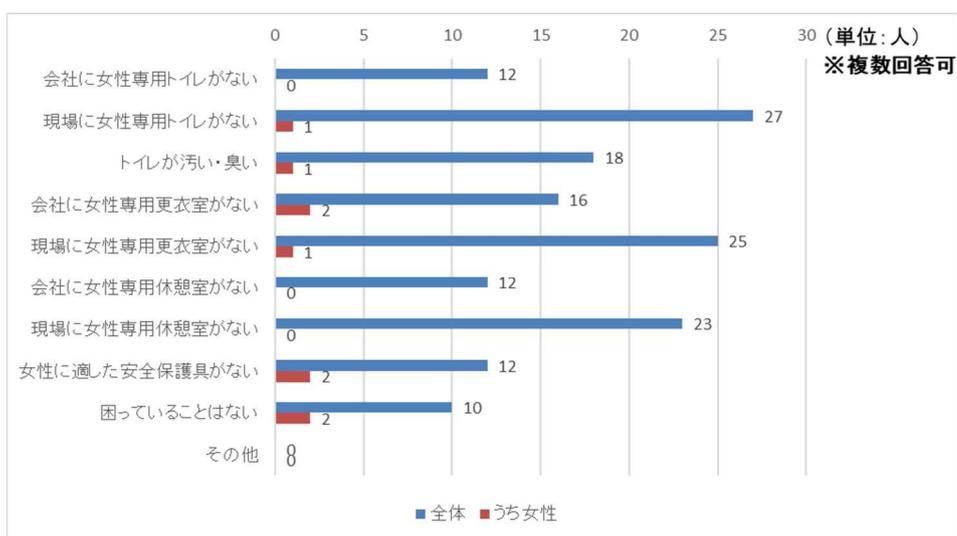
設問 11.女性の活躍について

(1) 設備面での課題

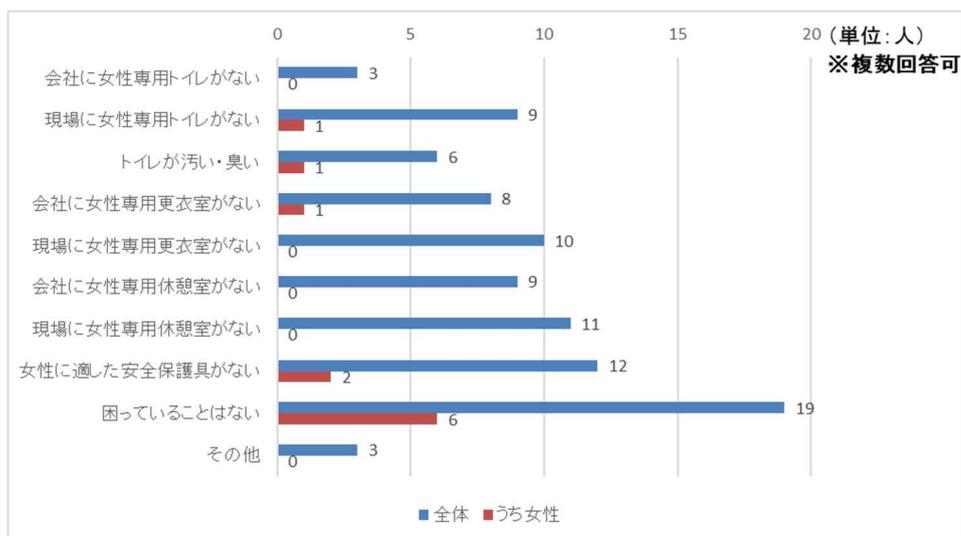
図表 73 は設備面で現在困っていることについてまとめたものである。

女性職員の回答として、施工業者では現場でのトイレ、更衣室、休憩所がないこと、会社に更衣室がない、また、女性に適した安全保護具がないという回答が得られた。一方で、困っていないことはないとの回答も得られている。

コンサルタントでも、施工業者と同様の課題となっているものの、困っていないことはないとの意見も多く得られている。



図表 73-1 女性が働く上での設備面の課題（施工業者）

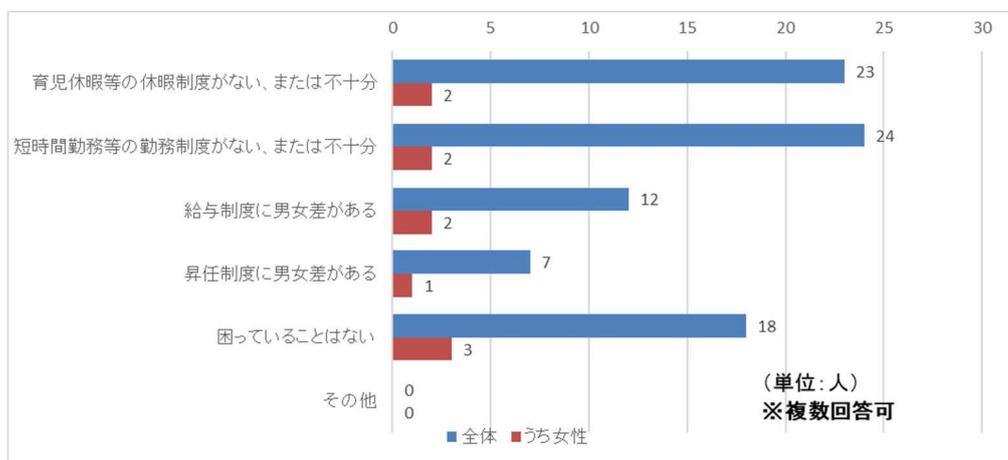


図表 73-2 女性が働く上での設備面の課題（コンサルタント）

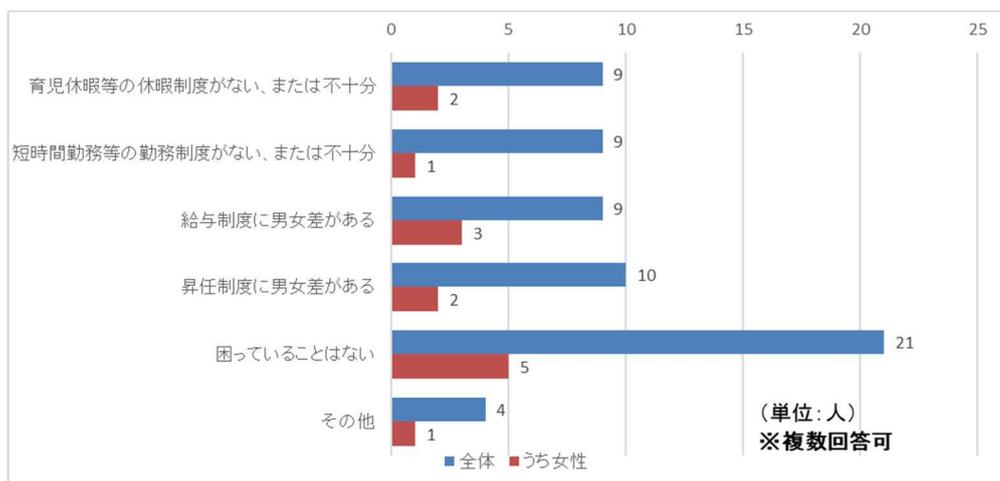
(2) 制度面での課題

図表 74 は制度面で現在困っていることについてまとめたものである。

女性職員の回答として、施工業者、コンサルタントともに育児休暇や短時間勤務制度がない、不十分といった勤務形態に関する課題や給与、昇任といったキャリアに関して男女差があるという回答が得られた。なお、コンサルタントにおけるその他意見は「男尊女卑」というものであった。



図表 74-1 女性が働く上での制度面の課題 (施工業者)

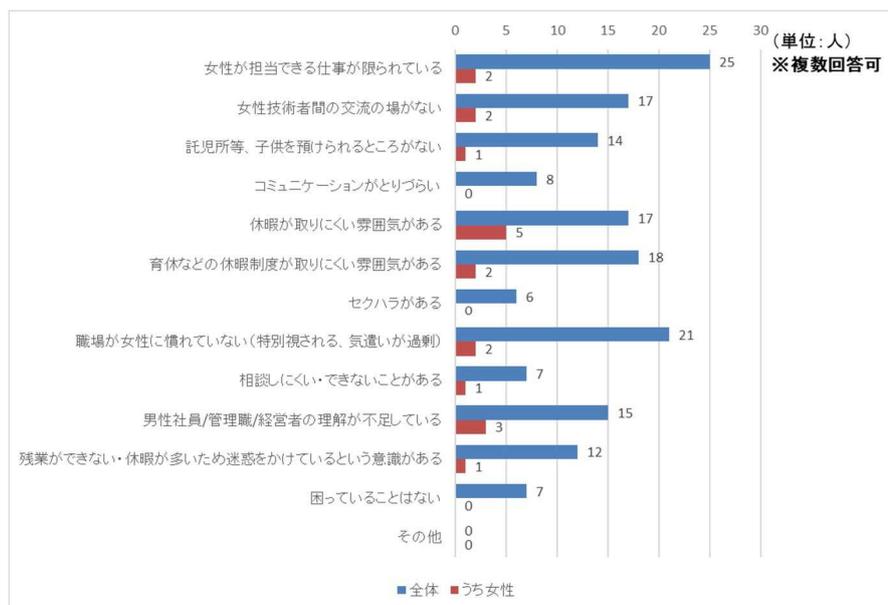


図表 74-2 女性が働く上での設備面の課題 (コンサルタント)

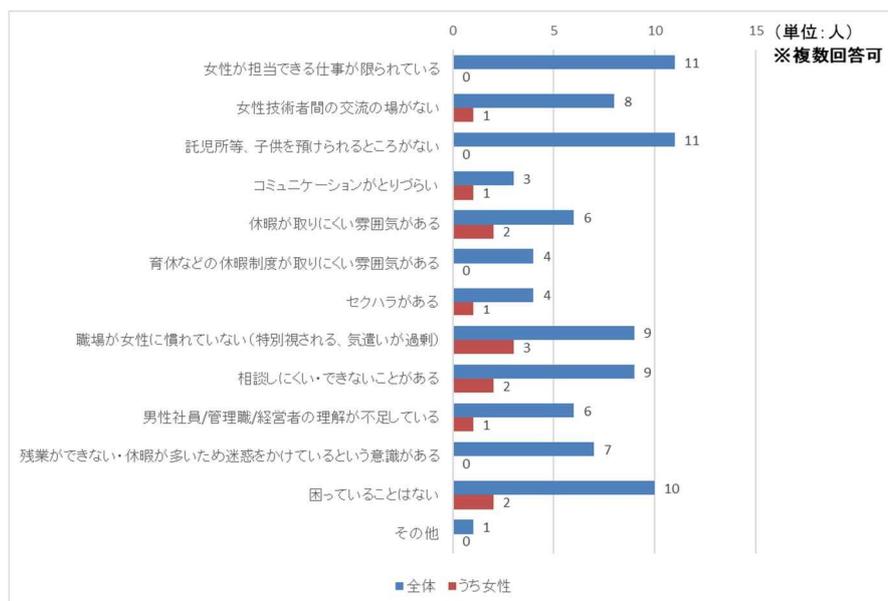
(3) 職場環境面での課題

図表 75 は、職場環境面で現在困っていることについてまとめたものである。

施工業者、コンサルタントともに同様の意見が出されており、主な意見としては「休暇が取りにくい雰囲気」「職場が女性に慣れていない」「男性、管理職、経営者の理解不足」といった意識の問題が多いことが分かる。なお、少数ではあるがセクハラがあると回答した女性もおり、対策が急務である。



図表 75-1 女性が働く上での職場環境面の課題（施工業者）

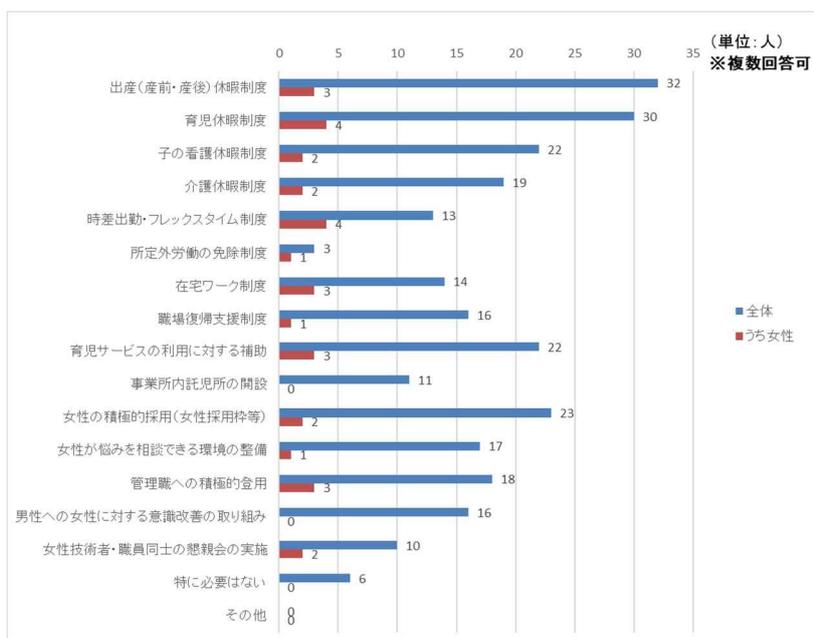


図表 75-2 女性が働く上での職場環境面の課題（コンサルタント）

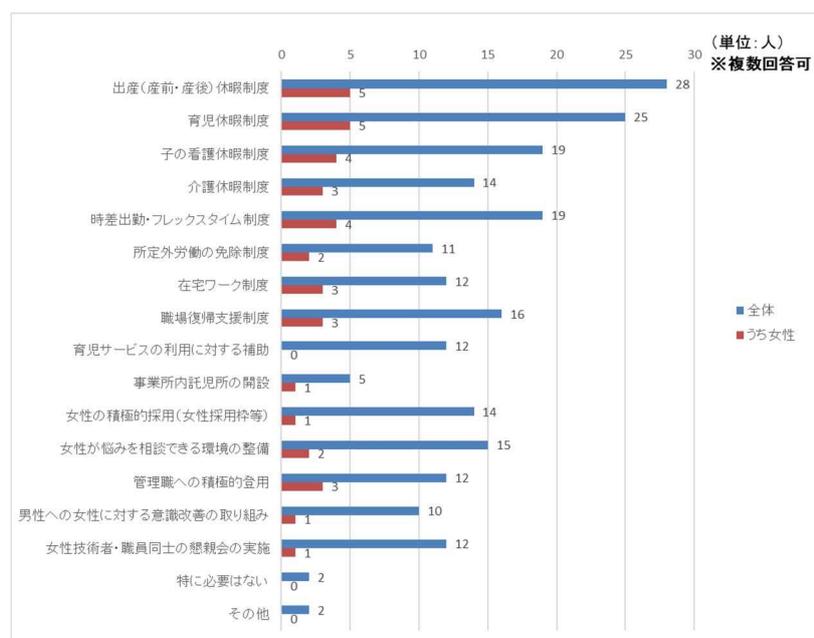
(4) 女性が働きやすい職場にするために必要な取組

図表 76 は、女性が働きやすい職場にするために必要な取組をまとめたものである。

施工業者、コンサルタントにおける違いはなく、概ね同様の傾向を示している。主な意見としては、「出産休暇」「育児休暇」といった休暇制度や「時差出勤」「フレックスタイム」「在宅ワーク」といった柔軟な勤務形態、「管理職への積極的登用」が挙げられている。



図表 76-1 女性が働きやすい職場にするために必要な取組 (施工業者)

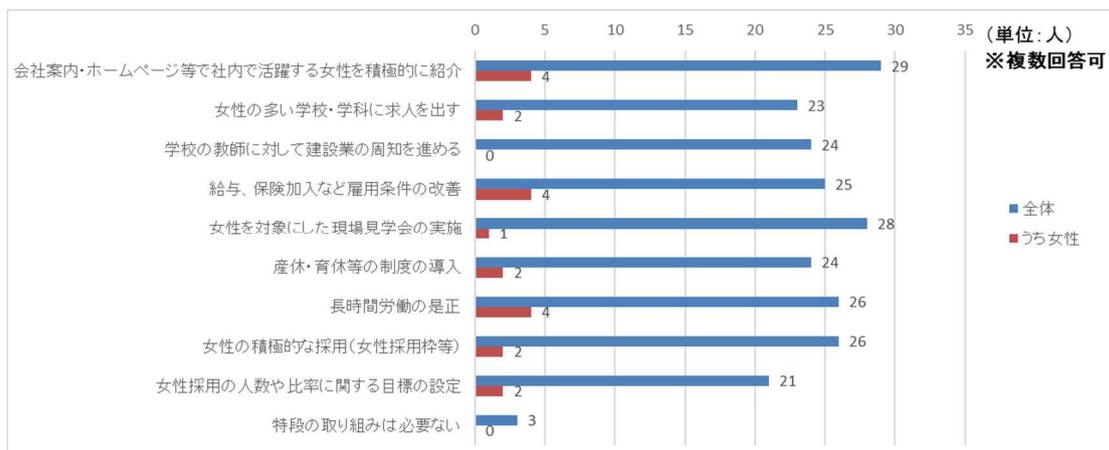


図表 76-2 女性が働きやすい職場にするために必要な取組 (コンサルタント)

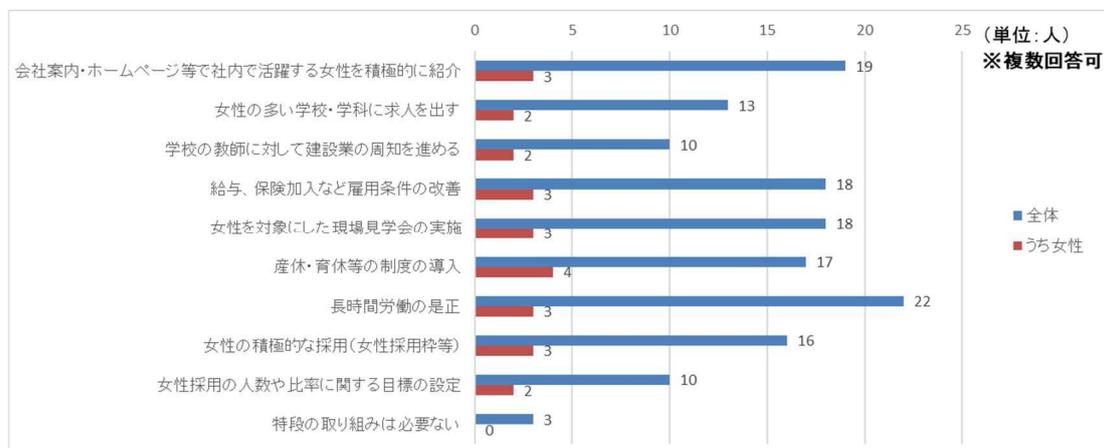
(5) 建設産業に女性を増やすために必要な取組

図表 77 は、建設産業に女性を増やすために必要な取組についての回答をまとめたものである。

こちらについても施工業者、コンサルタントにおける違いはなく、概ね同様の傾向を示している。主な意見としては、「活躍する女性の積極的な紹介」「給与等の雇用条件の改善」「長時間労働の是正」「産休、育休等の制度の導入」が挙げられている。



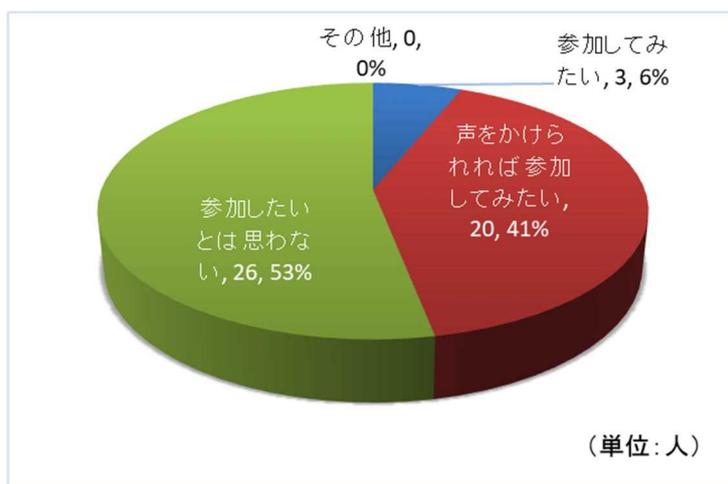
図表 77-1 建設産業に女性を増やすために必要な取組 (施工業者)



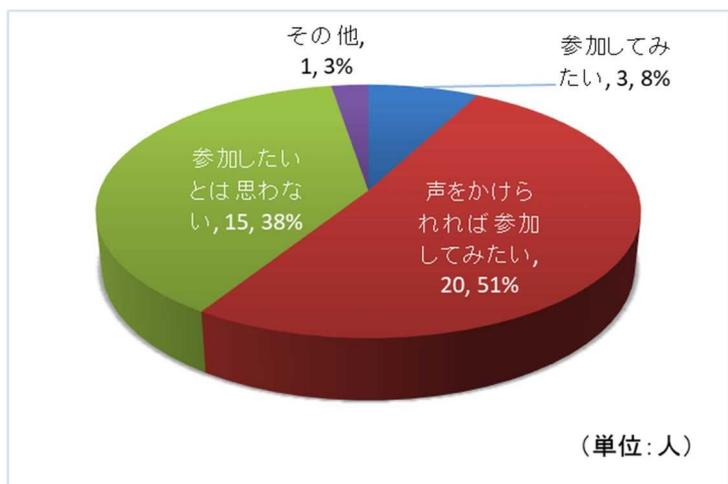
図表 77-2 建設産業に女性を増やすために必要な取組 (コンサルタント)

設問 12. おおいた建設人材共育ネットワークについて

おおいた建設人材共育ネットワークへの参加意向について(図表 78)は、参加したいと回答する人が施工業者、コンサルタントともに1割未満と低い水準だった。また、施工業者の過半数、コンサルタントの約4割の若手職員は参加したいとは思わないと回答している。



図表 78-1 おおいた建設人材共育 NW への参加希望状況 (施工業者)



図表 78-2 おおいた建設人材共育 NW への参加希望状況 (コンサルタント)

2.まとめ

(1) 回答者の概要

若手技術者・技能者へのアンケートは、ネットワーク会員企業に所属する29歳以下の若手技術職員を対象に実施し、回答数は88（男性73、女性15）であった。

回答者の新卒、中途採用の比率は2:1となっており、約1/3が29歳以下で転職して現在の職に就いている。（図表50）

新卒者の学歴であるが、施工業者では高校卒が約7割であるのに対し、コンサルタントでは短大・高専・専門学校卒が約5割と違いが見られた。（図表51）

(2) 残業の実態

施工業者、コンサルタントともに、11月頃から年度末である3月にかけて残業が多く、他方、年度が変わった4、5月は残業が少なくなっており、年度末工期の工事、委託に対する作業や検査の業務が多い実態が分かった。（図表54）

施工業者については、繁忙月では月50時間以上残業している職員が約3割いる一方、閑散月では、残業が月10時間以下と答える職員が6割を超え、繁忙月と閑散月との差が非常に大きくなっていることが分かった。（図表52～53）

コンサルタントについては、繁忙月では月50時間以上残業している職員が約6割にのぼり、閑散月についても月50時間以上残業をしている人がいるなど、施工業者よりも全体的に残業が多く、残業が慢性化している状況にある。（図表52～53）

(3) 休暇の実態

有給休暇の取得状況については、施工業者では約6割、コンサルタントでは約7割が年間5日以下となっている。また、平均有給休暇取得日数は施工業者で6.1日、コンサルタントで5.3日となっている。（図表55～56）

また、大分県内の他産業と比較すると、どの産業よりも取得日数は少なく、平均の半分程度となっており、休みが少ないという建設産業の実態がよく表れている。（図表57）

(4) スキルアップ

自己のスキルアップについては、施工業者、コンサルタントともにOJTにて行っているとの認識を持っている。企業アンケートではOJTに取り組んでいると回答した企業は少数であり、今後、企業側もOJTに対する意識を高めていく必要がある。また、自己のスキルアップとして資格取得を位置づけている職員も2割程度あり、資格取得に向けた研修の受講を行っているとの回答も得られた。（図表58、45）

また、スキルアップのために望んでいる内容で最も多かったのが資格取得のための補助制度であった。企業アンケートでも資格取得のための支援制度については最も多く取り組んでいる回答

ではあったが、若手技術者としては更なる支援を求めているため、今後、具体的なニーズの把握と支援が必要と考えられる。（図表 59、45）

(5) 建設産業を選んだ理由

建設産業を選んだ理由としては、施工業者では「仕事に対するやりがい」「ものづくりに興味がある」といった回答が、コンサルタントでは「資格・経験を活かせる」といった回答が多く、同じ建設産業でも異なる傾向が見られた。また、両者に共通した理由として「地域社会に役立つ」「地元で仕事がしたい」といった回答も多く、地元志向があることが分かった。（図表 60）

(6) 就職先を選ぶ上での情報源

現在働いている会社を選んだきっかけは、施工業者、コンサルタントともに「先生からの紹介」が最も多く、先生の影響力は大きなものであることが分かった。また、情報源としては HP も活用している。

企業アンケートでは、情報発信手段としてハローワーク、HP、学校訪問を活用しているとの回答が多く、概ねマッチしていると考えられるが、情報発信を行う上では、直接的に入社のきっかけになるもの、最終的にその企業を選択する上で情報収集するものなど情報発信の主旨、目的を明確にすることでより効率的な情報発信ができると考えられる。（図表 61～62）

(7) 建設産業に対するイメージの変化

建設産業に対する入職前後のイメージの変化として、いわゆる 3K や「厳しい・怖い人が多い」「男性社会」といった一般的な建設産業のイメージは実際に入職すると異なっているという回答が得られた。イメージ先行の状況となっており、その払拭が必要と考えられる。

一方で、「休みが少ない」「残業が多い」とイメージが変わってきているとの回答も多く、想像以上に休みが少なく、残業の多い職場であるという実感を持っていることが分かる。現場の就労環境改善に向けて、発注者、経営者、管理職それぞれが取り組みを進めていく必要があると考えられる。（図表 63～65）

(8) 仕事に対する満足度

若手職員の仕事に対する満足度については、施工業者では約 4 割、コンサルタントでは約 5 割が「満足」「やや満足」と回答している一方で、「不満」「やや不満」と回答している職員が両者とも約 2 割存在する。（図表 66）

不満な点については、両者とも「給与」「休暇」「残業」が上位を占めているが、施工業者ではより「給与」「休暇」が、コンサルタントではより「残業」についての不満が大きく、傾向が異なっている。（図表 67）

(9) 転職について

転職については、施工業者、コンサルタントともに6割弱が「今の仕事を辞めたいと思ったことがある」と回答しており、転職を考えるほどの不満を多くの若手職員が抱えていることがうかがえる。(図表 68)

希望転職先については建設業以外を志向する人が7割強であり、建設業から離れたいという声が多い。希望転職地域については、大分県内を希望する若手が8割弱であり、転職する場合においても地元志向は高いことといえる。(図表 69～70)

(10) 建設産業の魅力

若手技術者・技能者が考える建設産業の魅力としては、施工業者、コンサルタントともに「建設物が後生に残る」となっている。

また、施工業者では、「物作りの喜び」「スケールの大きな仕事」といった施工者ならではの項目が魅力であるとの回答が得られている。また、コンサルタントでは、「災害時における地域の守り手」、「地域の生活基盤の整備ができる」といった、地域のためになる活動ができることが魅力と捉えていることがうかがえる。(図表 71)

(11) 建設産業に望むこと

若手技術者・技能者が建設産業に望むこととしては、「給与水準の向上」「週休2日制の推進」の声が多くなっており、給料が少ない、休みが少ないという実態が顕著に表れている。今後、官民挙げて更なる取組が必要であると考えられる。(図表 72)

(12) 女性の活躍に向けて

女性が仕事をしていく上で、設備面では現場でのトイレ、更衣室、休憩所が、制度面では育児休暇や短時間勤務制度がない、不十分といった勤務形態に関する課題や給与、昇任といったキャリアに関して男女差があるという回答が得られた。また、職場環境面については、休暇が取りにくい雰囲気、「職場が女性に慣れていない」「男性、管理職、経営者の理解不足」といった意識の問題が多いことが分かる。(図表 73～75)

女性が働きやすい職場にするために必要な取組としては、休暇制度の充実、柔軟な勤務形態、管理職への積極的な登用が必要との回答が得られた。(図表 76)

また、建設産業に女性を増やすために必要な取組として、休暇制度の充実や長時間労働の是正、雇用条件の改善に加え、活躍する女性の積極的な紹介が挙げられている。(図表 77)

今回のアンケートは女性の回答数が15と少なく、十分なデータとはなっていないため、より詳細なニーズを把握し、具体的な方策を講じていく必要がある。

IV.建設系学科の学生へのアンケート

1.調査の結果

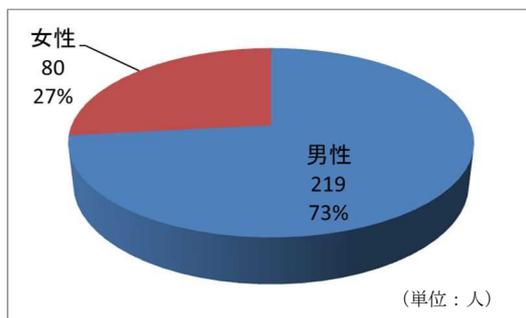
設問 1. 調査対象者の基本事項

図表 5 に調査対象者の内訳を示す。学校別では高校が 175 人(58%)、高専が 71 人(24%)、大学が 53 人(18%)、性別については男性が 219 人(73%)、女性が 80 人(27%)となっている。

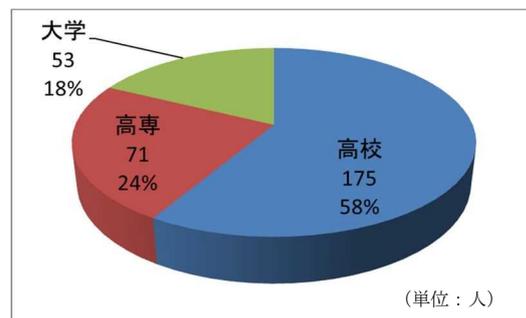
学校種別	対象学年	男性	女性	計	女性比率
高校	2年	133	42	175	24%
高専	4・5年	49	22	71	31%
大学	3・4年	37	16	53	30%
	計	219	80	299	27%

(単位:人)

図表 5 建設系学科学生の内訳 (再掲)



図表 79 男女比



図表 80 学校別内訳

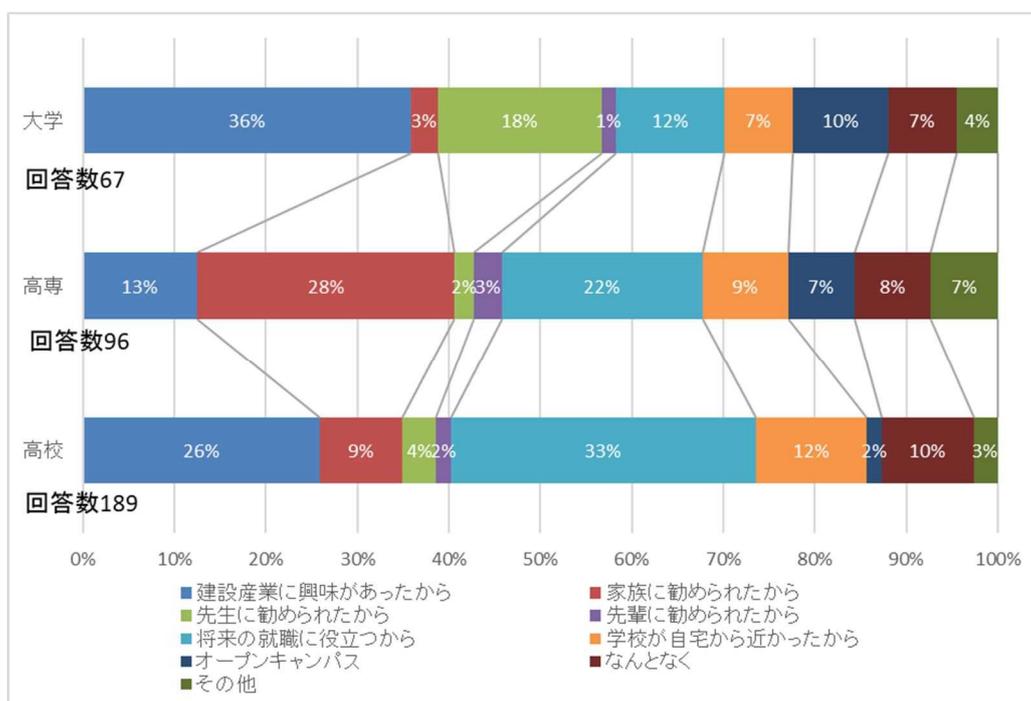
設問 2. 現在の学校を選択した理由

図表 81 は学校別に現在の学校を選択した理由を割合で示したものであるが、高校、高専、大学で選択した理由の傾向は異なっている。

高校では、建設産業への興味及び将来の就職を理由に挙げている生徒が多く、全体の約 6 割を占めており、建設産業に就職するつもりで入学する生徒が多いことが分かる。一方で、「学校が自宅から近い」「なんとなく」といった理由で入学した生徒も 2 割程度いる。

高専では、「家族に勧められた」との理由が 28%と最も多くなっており、家族の影響が大きくなっている。次いで「将来の就職(22%)」「建設産業への興味(13%)」となっている。

大学では、「建設産業への興味」が 36%と最も多くなっており、興味があるから専攻して学ぶという結果となっている。また、「先生からの紹介」も 18%と多くなっており、高校時代の先生の影響も大きくなっている。



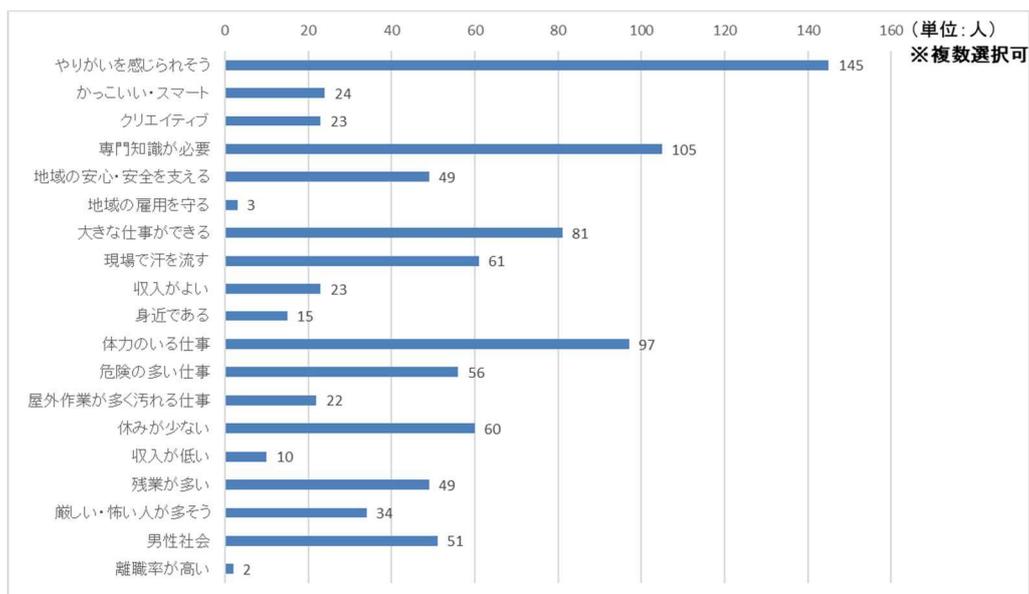
図表 81 学校別学校選択理由

設問 3. 建設産業に対するイメージ

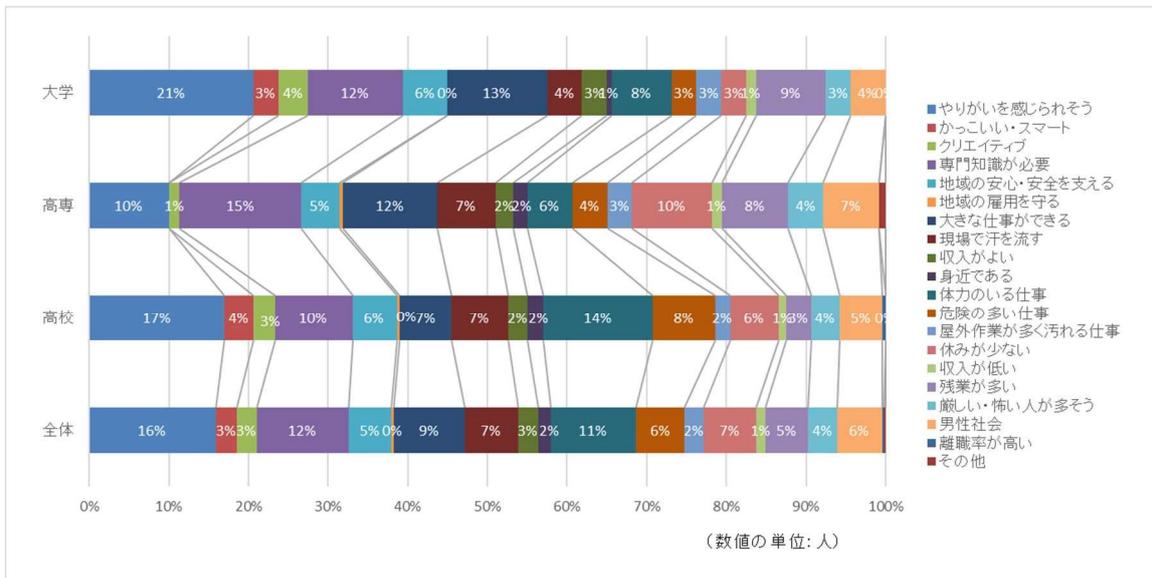
図表 82 は、学生が持っている建設産業に対するイメージをまとめたものである。

プラスイメージでは、「やりがいを感じられそう」が最も多く(145 人)、また、専門知識が必要(105 人)、大きな仕事ができる(81 人)といった回答が多く、専門知識を活用し、大きな仕事ができるやりがいのある仕事というイメージが浮かび上がる。一方、マイナスイメージでは、「体力のいる仕事」(97 人)、「危険の多い仕事」(56 人)等、いわゆる 3K のイメージが根強いことが分かる。また、「休みが少ない」(60 人)、「残業が多い」(49 人)というイメージも持っている。加えて「男性社会」(51 人)というイメージを持つ学生も多い。本傾向は若手アンケートでも同様の結果となっている。

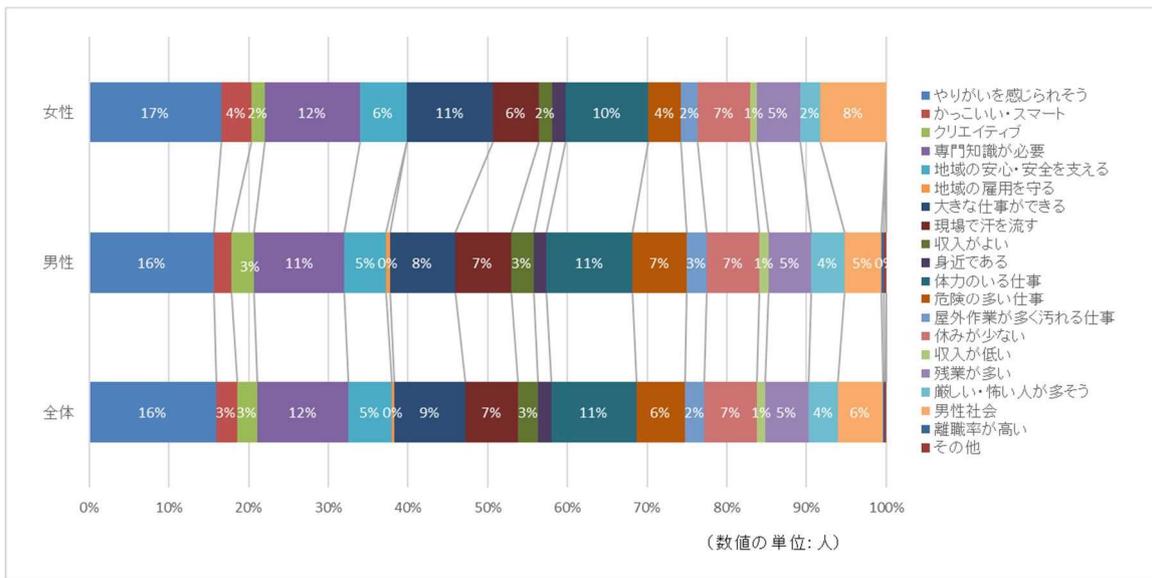
図表 83 は学校別に、図表 84 は男女別に建設産業に対するイメージを比較したものであるが、いずれも同様の傾向を示しており、学校、性別によるイメージの差はないことが分かる。



図表 82 建設産業に対するイメージ



図表 83 建設業に対するイメージ (学校別比率)



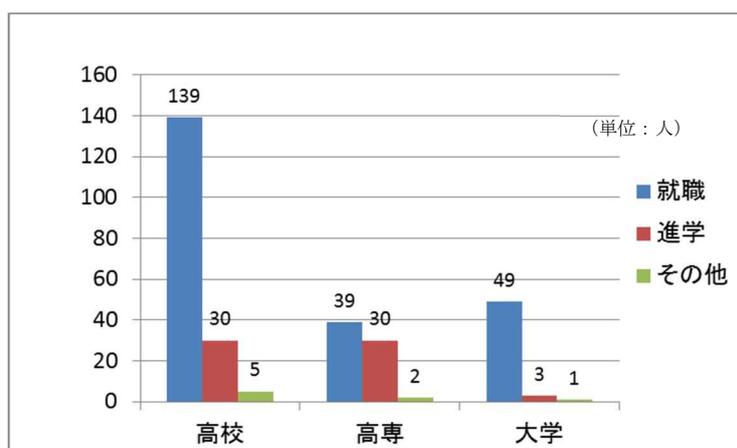
図表 84 建設業に対するイメージ (男女別比率)

設問 4. 卒業後の進路について

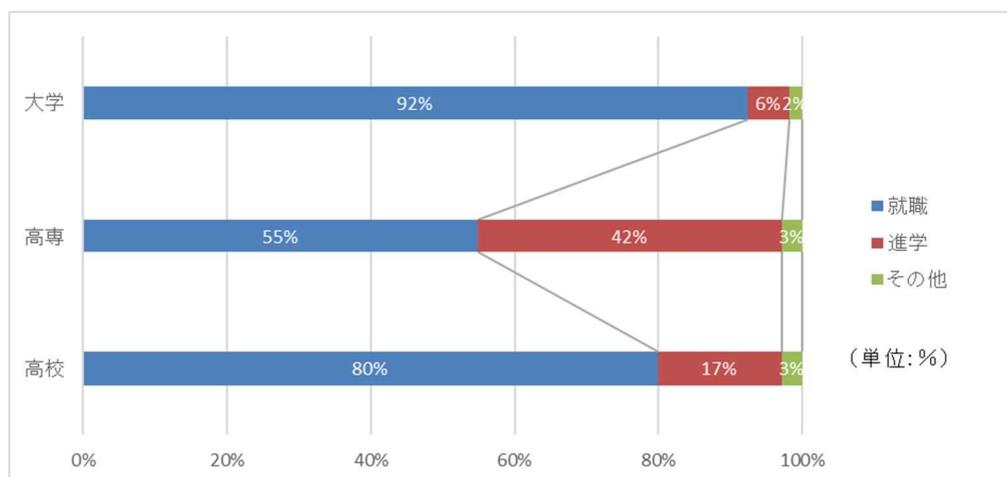
(1) 進路

卒業後の進路について(図表 85)は、高専生が最も高い割合で進学を希望していることがわかった。高校において就職を希望する学生の割合が高いのは、高校選択の際に就職に役立つことを重視する学生が多いことから推測できるように、入学時の段階から就職を念頭に置いている学生が多いことが関係していると考えられる。

図表 86 は学校別の進路の割合を示したものであるが、高校では就職が 80%、進学が 17%であるのに対し、高専では就職が 55%、進学が 42%となっており、傾向が異なる。また、大学は就職が 91%と、ほとんどが就職を希望していることが分かる。



図表 85 学校別進路



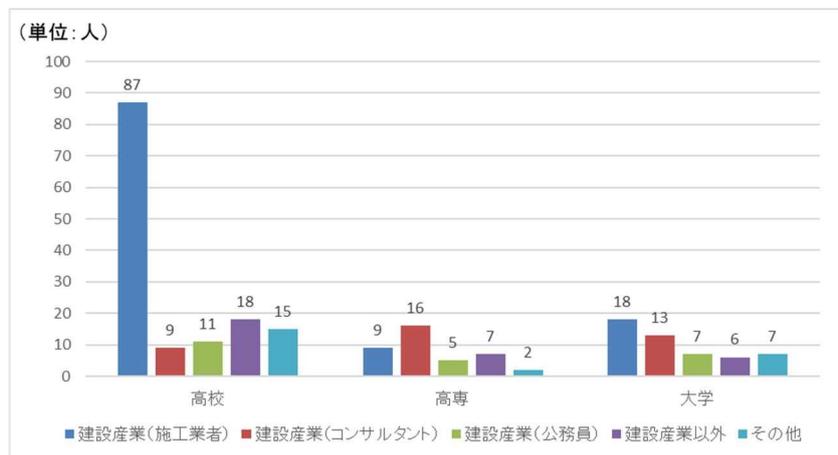
図表 86 学校別進路の割合

(2) 就職する際の希望業種

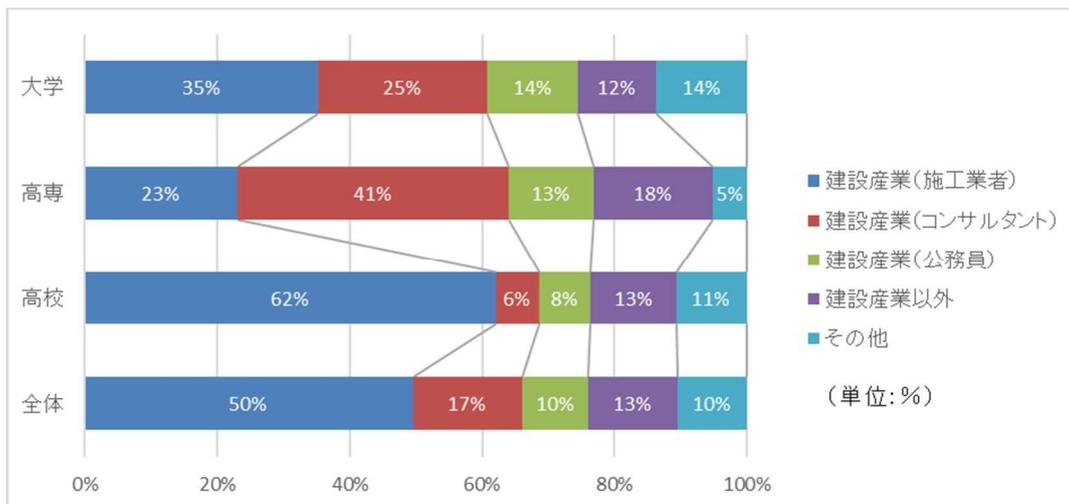
図表 87 は、就職する際の希望業種を学校別にまとめたものである。また、図表 88 はそれを割合にて整理したものであるが、高校、高専、大学で希望業種の傾向が異なっている。

全体としては、施工業者が 50%、コンサルタントが 17%、公務員が 10%、建設産業以外が 13%、その他が 10%という割合となっている。なお、「その他」の大部分は現時点では決めていないという意見であった。

学校別に見ると、高校では、62%が施工業者を希望している一方で、コンサルタントは 6%と希望者が少なくなっているが、高専ではコンサルタントが 4 割と最も多く、施工業者の希望者は 23%と高校と逆となっている。大学については、施工業者が 35%、コンサルタントが 25%とやや施工業者が多いものの、高校、高専と比べると偏りは少ない。公務員希望は学校による差は少なく概ね 10%となっているが、高校より高専、高専より大学が希望割合は高くなっている。また、建設産業以外を希望している学生も全体で 13%いる。特に、高専ではその割合は 18%となっており、かなり高い割合となっている。



図表 87 就職する際の希望業種



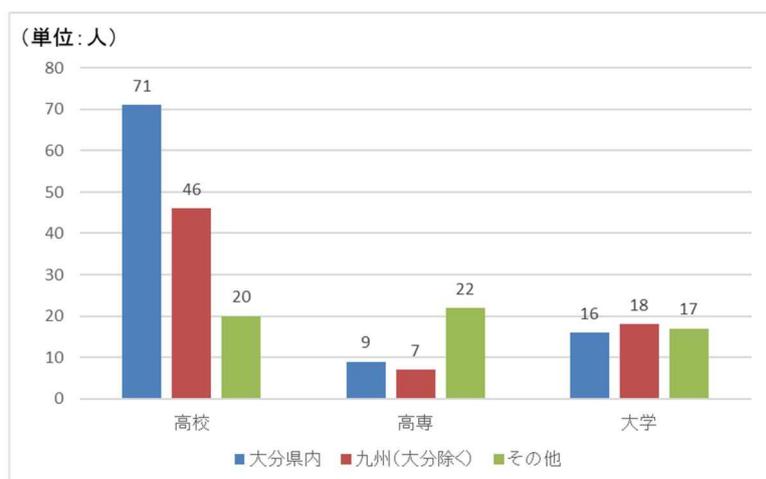
図表 88 就職する際の希望業種 (割合)

(3) 就職する際の希望勤務地域

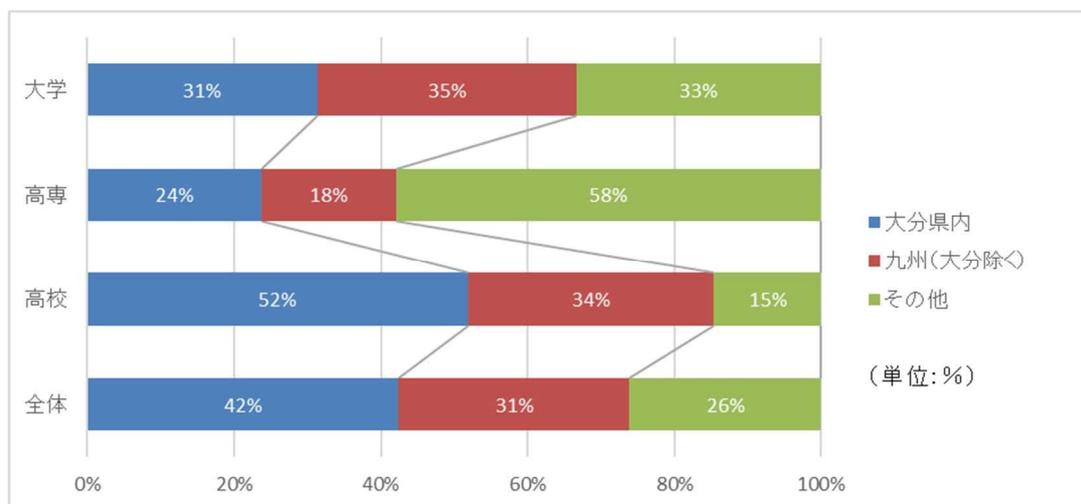
図表 89 は就職希望者の希望勤務地域を学校別にまとめたものである（図表 87 の回答者が希望する勤務地域）。また、図表 90 はそれを割合で整理したものである。

全体的には、大分県内が 42%、大分県以外の九州が 31%、その他が 26%となっており、地元志向が強いといえるが、学校別に見ると傾向に違いが見られる。

高校では大分県内が 52%、九州が 34%で合わせて 85%が九州内での勤務を希望しており、地元志向が最も強い。一方、高専では逆に 58%が九州外を希望しており、最も地元志向が小さい。大学は大分県内、九州内、その他の割合がほとんど同じ結果となっている。



図表 89 就職する際の希望勤務先



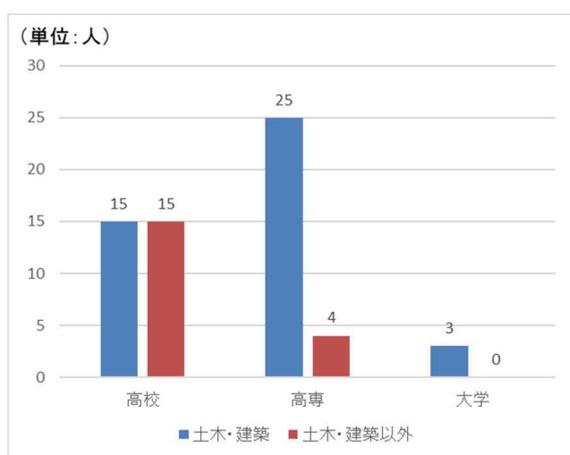
図表 90 就職する際の希望勤務先 (割合)

(4) 進学する際の専攻学科、希望地域

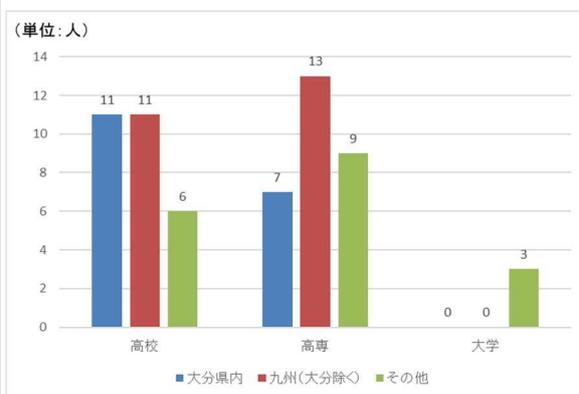
図表 91 は進学する際の専攻学科を学校別にまとめたものである。また、図表 92 はそれを割合で整理したものである。

全体としては 69%が土木・建築系を専攻する一方で、31%は他学科への転向を考えている学生がいることがわかる。他学科へ転向する学生は、高校生で 50%、高専生で 14%、大学生では 0%と年齢が上がるとともに減少する傾向がある。

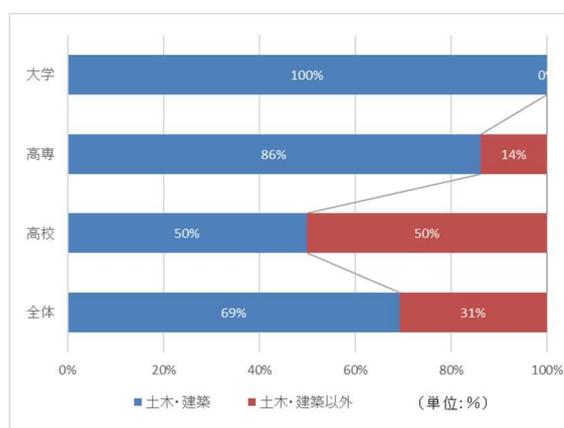
また、図表 93 は進学する際の希望地域を学校別に、図表 94 はそれを割合で示したものである。希望地域は希望する学科を有する学校の所在地や本人の出身地にも依存するため、地域性を判断することは難しいが、全体としては大分県内が 30%、九州内が 40%、その他が 30%と地元への進学希望が多いことが分かる。



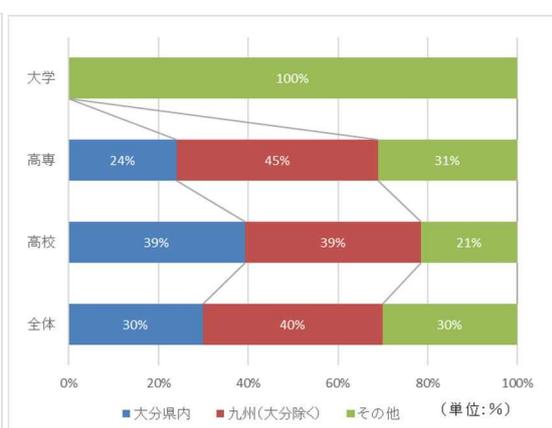
図表 91 進学する際の専攻学科



図表 93 進学する際の希望地域



図表 92 進学する際の専攻学科 (割合)



図表 94 進学する際の希望地域 (割合)

設問 5. 就職先を決める上で重視することについて

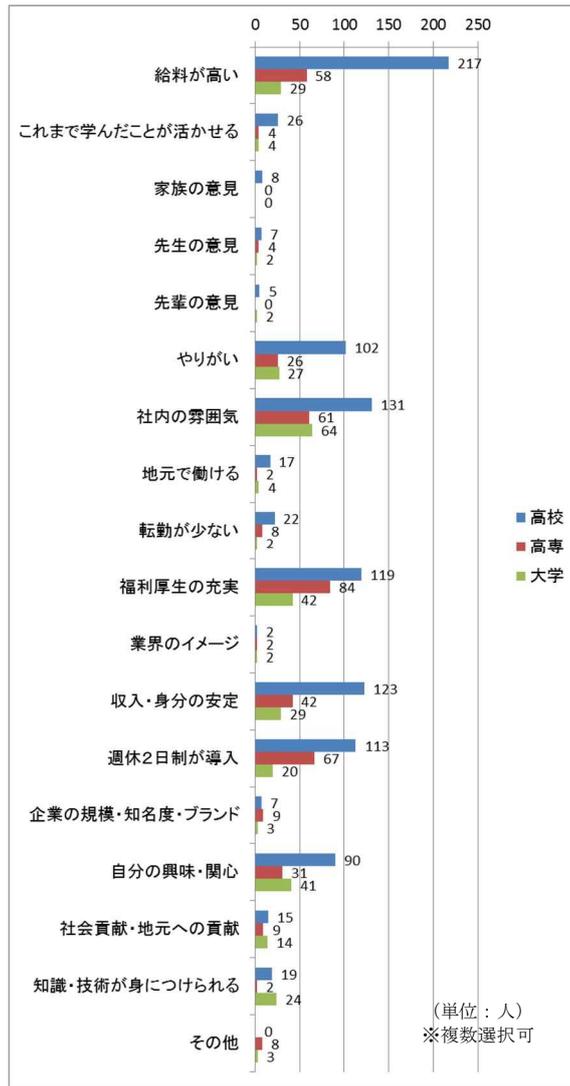
(1) 学校による違い

図表 95 は、就職先を決める上で重視することについて、学校別にまとめたものである。また、図表 96 はその割合を示したものである。

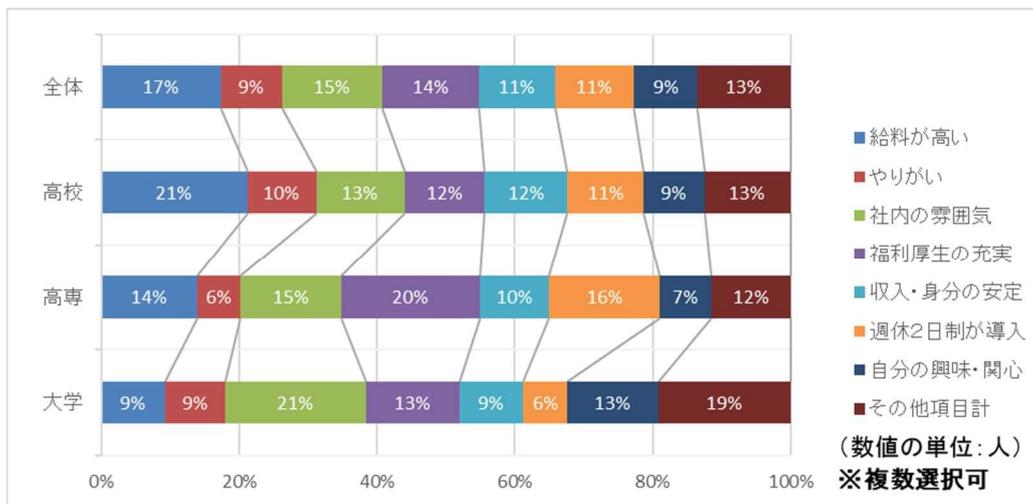
全体的には、「給料が高い」「社内の雰囲気」「福利厚生の充実」の割合が高くなっている。学校別に見ると、高校では「給料が高い」が最も高く、他の項目はほぼ同程度であるといえる。高専では、福利厚生が最も高く、次いで「週休2日制の導入」「社内の雰囲気」が上位となっている。大学では「社内の雰囲気」が最も高く、「福利厚生 of 充実」「自分の興味・関心」が続いている。

(2) 男女による違い

図表 97、98 は男女別で比較したものであるが、男性が「給与」をより重視するのに対し、女性は「福利厚生 of 充実」「収入・身分の安定」をより重視する等、明確な傾向の違いが現れている。その他意見の中で、女性は結婚、妊娠等で自己の置かれる環境が大きく変わったり、出産の際に仕事を休まなければいけなかったりするといった意見が出ており、それらの理由が要因となっていると考えられる。

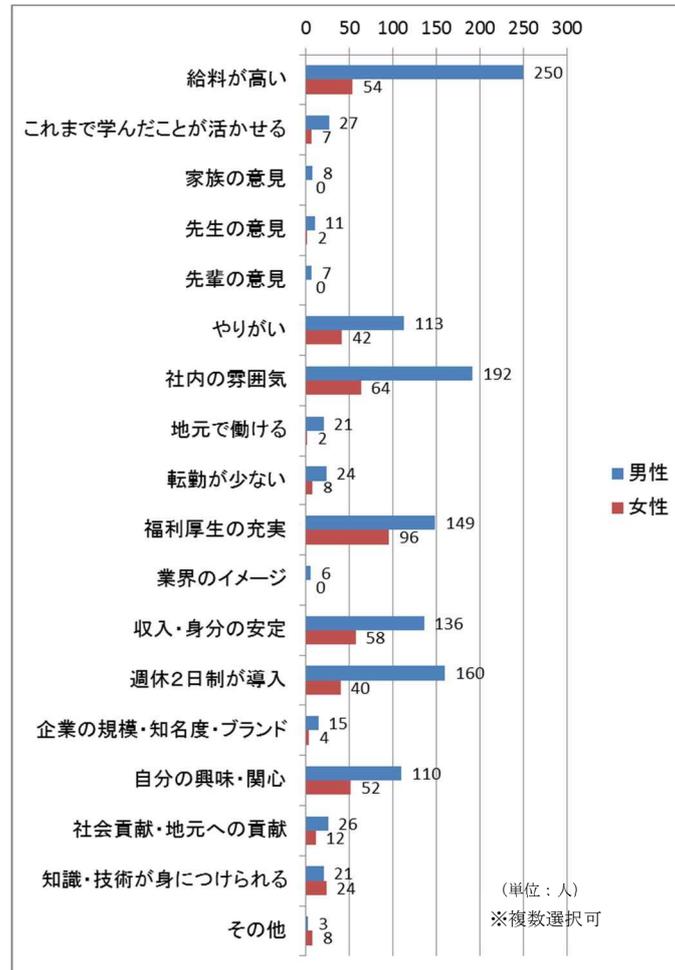


図表 95 就職先を決める上で重視すること (学校別)

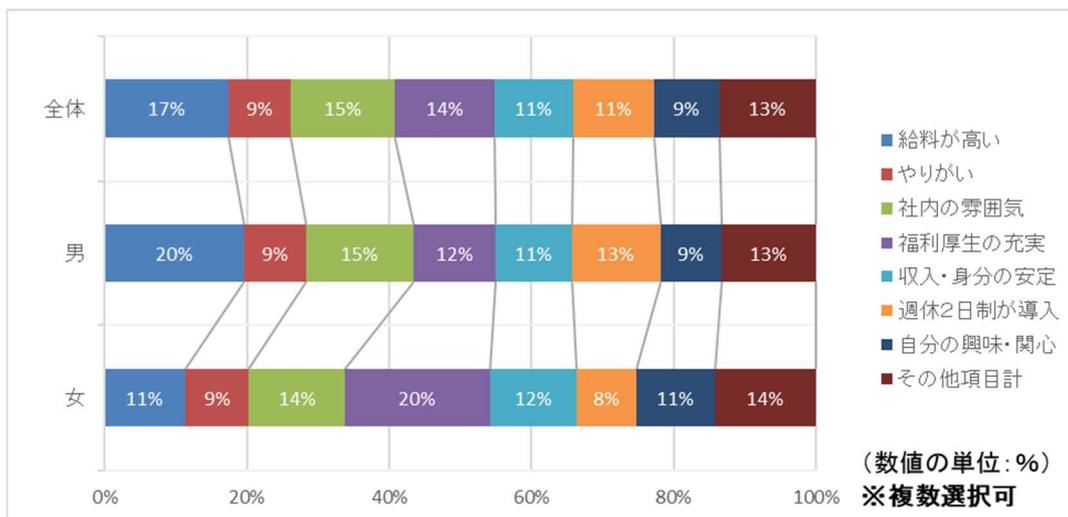


図表 96 就職先を決める上で重視すること (学校別、割合)

(単位：人)



図表 97 就職先を決める上で重視すること (男女別)

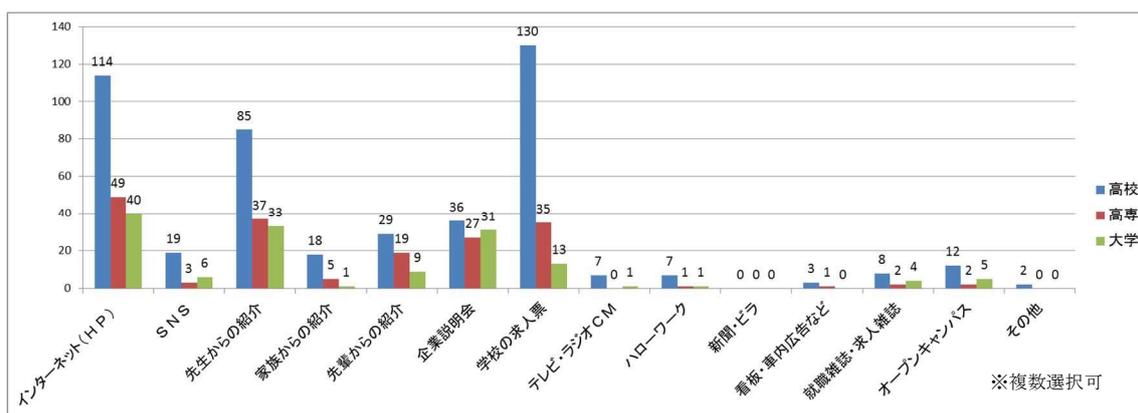


図表 98 就職先を決める上で重視すること (男女別、割合)

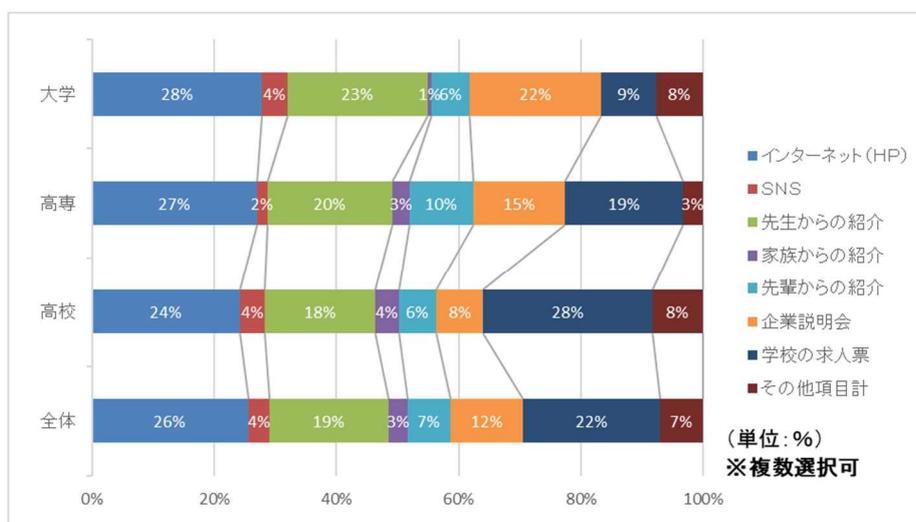
設問 6. 就職先を決める際の情報源について

学校別の就職先を決める際の情報源（図表 99）としては、高校では「学校の求人票」が最も多く(130人)、次いで「インターネット」(114人)、「先生からの紹介」(85人)だった。そのほかには「家族からの紹介」や「企業説明会」があったが、回答数は少なかった。高専では、「インターネット」が49人で最も多く、次いで「先生からの紹介」(37人)、「学校の求人票」(35人)、「企業説明会」(27人)だった。また、大学では、「インターネット」(40人)、「先生からの紹介」(37人)、「学校の求人票」(35人)、「企業説明会」(27人)だった。また、大学では、「インターネット」(40人)、「先生からの紹介」(33人)、「企業説明会」(27人)だった。また、大学では、「インターネット」(40人)、「先生からの紹介」(33人)、「企業説明会」(27人)の順に多かった。

利用割合（図表 100）を見ると、HPを高校、高専、大学を問わず、全ての学生が情報源として活用していることが分かる。また、HP以外の情報源として「先生からの紹介」「学校の求人票」「企業説明会」を活用しているが、学校毎の特徴として、「学校の求人票」は高校生が、「企業説明会」は大学生がより活用している。また、高専生はいずれも平均的に活用していることが分かる。



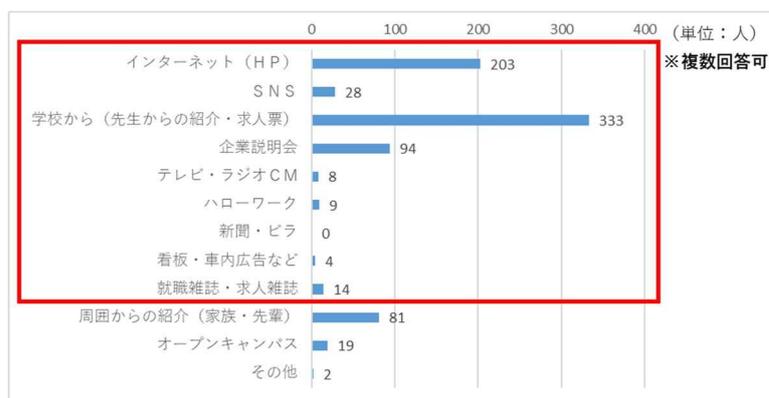
図表 99 学校別就活情報源



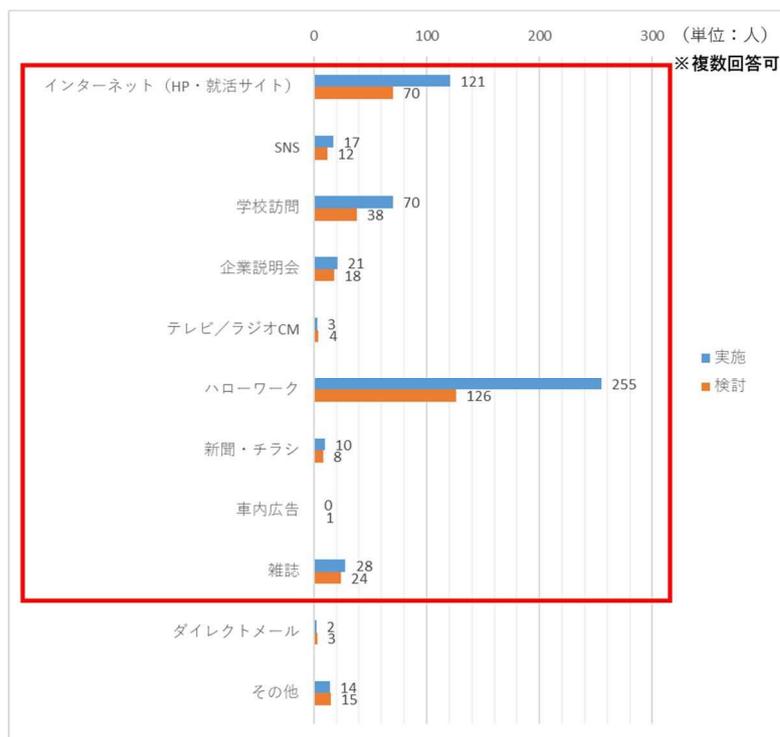
図表 100 学校別就活情報源 (割合)

図表 101 は、図表 99 の各学校の数値を合算したものである。また、図表 102 は企業アンケートにおける企業の情報発信手段の内容をまとめたものである。なお、両図の赤枠内の項目はそれぞれ上から順に対応している。

比較すると、多くの企業が活用している HP、学校訪問は、学生の情報源ともなっており、マッチしているが、より学校へのアプローチを行うことで、学生により詳細な情報を提供できると考えられる。また、建設産業の魅力を発信していく上でも、HP や学校へのアプローチは重要であると考えられる。なお、ハローワークについては中途採用者を対象に情報発信していると考えられる。



図表 101 学生の就活情報源



図表 102 企業の情報発信手段

2.まとめ

(1) 回答者の概要

今回のアンケートは、県内の建設系学科を有する高校、高専、大学を対象に実施し、学校別では高校が 175 人(58%)、高専が 71 人(24%)、大学が 53 人(18%)、性別については男性が 219 人(73%)、女性が 80 人(27%)であり、女子学生の割合は全体で 27%となっている。(図表 5、79～80)

(2) 学校の志望理由

現在通っている学校の志望理由については、高校、高専、大学で選択した理由の傾向は異なっており、高校生は、「建設産業への興味」「将来の就職」が、高専生は、「家族に勧められた」が、大学生は「建設産業への興味」が最も多くなっている。(図表 81)

今後、高校、高専へ進学する小学生や中学生やその保護者、また、大学へ進学する普通高校の生徒に対して「建設産業への興味」を持ってもらうような取組が必要と考えられる。

(3) 建設産業に対するイメージ

学生が持っている建設産業に対するイメージとしては、プラスイメージとして、「やりがいを感じられそう」「専門知識が必要」「大きな仕事ができる」が、一方、マイナスイメージとして、「体力のいる仕事」「危険の多い仕事」等、いわゆる 3K のイメージや「休みが少ない」「残業が多い」「男性社会」が大きいことが分かった。(図表 82～84)

若手アンケートでは、入社後、3K についてはイメージほどではないとの結果も得られており、今後、より魅力を PR できるような取組と、マイナスイメージに対する誤解や課題を解消するための取組が必要である。

(4) 卒業先の進路

各学校の卒業先の進路については、高校では就職が 8 割であるのに対し、高専では就職が 6 割、進学が 4 割となっており、進学意向が強いことが分かった。(図表 85～86)

就職希望者の希望業種は、全体としては、施工業者が 50%、コンサルタントが 17%、公務員が 10%、建設産業以外が 13%、その他が 10%という割合となっているが、学校別に見ると、高校生は施工業者への就職を、高専生はコンサルタントへの就職を希望する割合が高くなっている。なお、大学生は高校生、高専生に比べると偏りは少ない。

一方、建設産業以外への就職を希望している学生が 13%も存在している。今回のアンケートではその理由は求めていないため分析はできないが、今後、これらの学生に対して詳細な分析が必要である。(図表 87～88)

就職希望者の希望勤務先については、全体で42%が大分県内、31%が九州内を希望しており、地元志向が強いことが分かる。また、その傾向は高校生の方が顕著となっている。(図表 89～90)

(5) 就職先を決める上で重視すること

就職先を決める上で重視することについては、学校別では、高校生は「給与」を最も重視するのに対し、高専生や大学生は「社内の雰囲気」、「福利厚生充実」などをより重視することがわかった。また、男女別で見ると、男性が給与をより重視している一方、女性は「福利厚生の充実」や「収入・身分の安定」をより重視するという傾向の違いが見られた。(図表 95～98)

(6) 就職先を決める際の情報源

就職先を決める際の情報源については、高校、高専、大学を問わず、全ての学生がHPを情報源として活用していることが分かった。また、HP以外の情報源として「先生からの紹介」「学校の求人票」「企業説明会」を活用しているが、学校毎の特徴として、「学校の求人票」は高校生が、「企業説明会」は大学生がより活用している。また、高専生はいずれも平均的に活用していることが分かった。(図表 99～100)