参考1

【具体内容】三重県建設産業活性化プラン２０２４における取組の効果検証

【担い手の確保】

効果検証　【取組方針１　担い手の確保】

取組施策①　教育機関・建設業界・行政の連携

建設業への理解、魅力発信機会が得られるよう、学校訪問により、学校と建設業界及び行政の関係性を構築・強化

取組項目		具体内容	開始時期	取組目標（現状：R4）	R6	R7	R8	R9
1	学校（進路指導教諭）訪問	①　各学校の進路指導教諭等への定期的訪問の支援	継続	学校訪問数 （R4：41校） （R5：22校）	計画 25校/年	30校/年	45校/年	50校/年
		②　各学校の進路カリキュラム等の情報収集と建設業の魅力発信機会の創出の支援	R6	対象とする学校：72校（全日制の高校（県立・私立）、大学・短大・高専（建設関係以外の専科の大学・高専を除く）） このうち、県立高校の就職支援校（41校）については、2年に1回程度訪問。 それ以外の学校（31校）については4年間で1～2回の訪問を想定。	実績（R6年12月時点） 25校			
取組の視点		①　学校訪問等は、建設業が大学卒業後の就職先への選択肢となるよう進学校にも取組を広げていく必要がある。 ①　高校生からの人材確保については、工業高校からの入職も重要だが、普通科や総合学科の高校からの入職もあり、そちらの高校に伸びしろを感じる。 ①　工業高校の教諭が実施する生徒確保の取組について、行政が協力できる取組は連携していく必要がある。 ②　行政は教育現場の年間行事予定等のスケジュールを確認しながら、企業とのマッチング（学校訪問や出前授業等）を支援する必要がある。 ②　進路カリキュラムのどの段階で生徒に建設業への就職を意識付けすれば効果があるか検討していく必要がある。 ①・② 生徒の進路が決定する時期を把握し、それまでに学校訪問することが重要である。						

効果検証　【取組方針１　担い手の確保】

三　重　県
Mie Prefecture

令和6年度　学校訪問

明野高校

津田学園

【取組時期】　主に4月下旬～6月上旬

【訪問校】25校（県と業団体が一緒に訪問した学校）

桑名西、桑名北、桑名工業、いなべ総合、白山、久居、飯南、明野、宇治山田商業、名張、あけぼの、尾鷲、木本、紀南、久居農林、伊勢工業、津田、海星、三重、伊勢学園、皇學館、英心、三重短、三重大、大同大

出前授業等、魅力発信機会の開催を依頼
多くの取組が実現

◎出前授業・実習授業・就職説明会　（★:探究の時間）

★桑名西、久居農林、飯南、尾鷲、紀南、★三重、英心、★海星、三重短、三重大、伊勢学園、白山

◎現場見学会（学校訪問を経由したものに限る）

紀南、★桑名西、飯南、尾鷲、★三重

※記載した取組以外にも、企業独自に教育機関と連携し実施している取組も多数あります。

◎企業と進路教諭の交流会　伊賀地域（名張）、東紀州地域（尾鷲）

◎女性技術者交流会　伊勢工業

◎採用活動向上セミナー　北勢地域（桑名北）

効果・検証

- 学校訪問により、地域の建設業と学校（進路指導教諭）との関係性が構築。
- 学校のカリキュラムに合わせた取組の提案により、多くの出前授業等の開催が実現。
- 生徒が就職に際し重要視しているポイント（例えば労働環境・給与）など、各種アドバイスをいただき、採用活動や各種取組に活かせた。
- カリキュラムが詰まっており、授業機会を失う可能性があるため、取組を実施できている学校に対して、毎年継続的な訪問が必須。

効果検証　【取組方針１　担い手の確保】

三　重　県
Mie Prefecture

高校教諭等が、建設業を生徒へ伝えることができるよう建設業を学び、知る機会を創出

取組項目		具体内容	開始時期	取組目標（現状：R4）	R6	R7	R8	R9
2	高校教諭等と建設企業の交流会	①　高校教諭等と建設企業との交流会等の開催の支援	継続	交流会へ参加企業数（各地域で2～3年に1回開催。毎年2地域で開催） （R4：15社） （R5：　1社）	計画			
					30社/年	30社/年	30社/年	30社/年
					実績（R6年12月時点）			
					2地域開催 24社参加			
		②　工業高校と地域建設業の実情に精通した外部人材との連携強化（又は、地域の建設業に関する情報提供の実施）の支援	R6					
取組の視点		①　建設業の情報発信の場として、進路指導の教員が集まる進路指導協議会やハローワークの進路指導主事会議等で建設業の情報を発信していくことも可能である。 ①　交流会について、開催時期や実施内容、体制等、しっかりと計画を立てることで学校側も参加することができる。 ②　高校教諭等が、生徒に就職先として勧めることができるよう、交流会等を通じて、各地域の信頼できる建設企業を知っていることが重要である。						

※開催1回＝実績より、1地域・15社を想定
15社×（開催2回）/年＝30社

※各地域の区分（実績）＝5地域
・桑名、四日市、鈴鹿
・津、松阪
・伊勢、志摩
・伊賀
・尾鷲、熊野

※交流会とは、高校教諭に現状の建設業を知ってもらうとともに、地域の建設企業との交流の場となるよう、建設企業が開催する会のこと。開催時には、開催地域に存する高校の教諭等を集め、建設企業から現状の建設業に関する情報の提供と各企業のPRを行い、意見交換等を実施。

効果検証　【取組方針１　担い手の確保】

三　重　県
Mie Prefecture

令和6年度　高校教諭等と建設企業の交流会

【尾鷲・熊野地域】（尾鷲、木本、紀南）

- 高校教諭5名　参加企業11社

建設業の紹介

名刺交換

【伊賀地域】（名張、上野、桜丘、あけぼの）

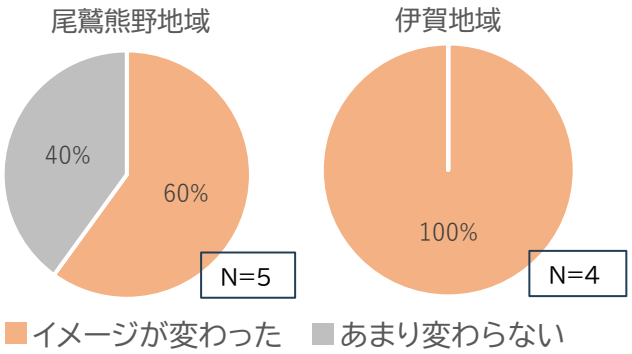
- 高校教諭5名　参加企業13社

意見交換会

若手職員インタビュー

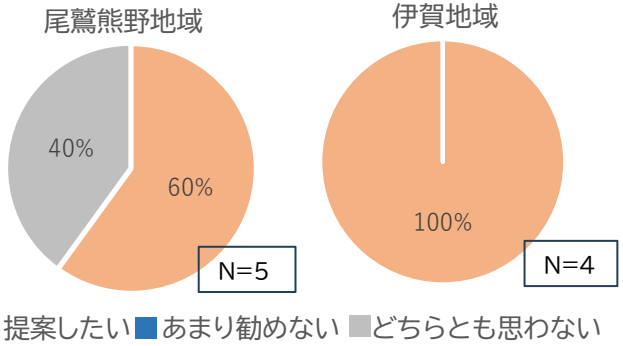
アンケート①（交流会に参加した教諭向けアンケート）

・今回の説明を受けて建設業のイメージが変わったか



【意見】
- ICTが進んでいる。かつての3Kのイメージとは異なると感じた
- 旧3Kが払拭されてきて、建設業界全体が働きやすい職場へ変わってきていることが分かった
- 若い社員が活躍できる場が多いことが分かった
- 意見交換時の発言企業が1社のみだったため、もっと多くの企業の状況が聞きたかった。

・今回の説明を受けて就職先や進学先に建設関係を提案したいか



【意見】
- 地域を問わず必要とされている業種であるため、生活の場所や人生のステージが変わっても働き続けやすいと感じたから
- たくさんの専門職があることが分かったので勧めやすい
- 女性でも十分に働ける職場だということが分かったから
- 労働環境改善に向けた取組を熱心にしているから

効果・検証

- 「建設業の今」と題し、現在の建設業の働き方や休暇の状況などを高校教諭等へ説明したところ、ほとんどの教諭が建設業界のイメージが変わり、就職先や進学先の建設関係を提案したいという結果となった。
- 進路指導協議会の会議の一コマを利用した形での開催であり、十分な時間の確保が難しかったことから、短時間でも効果的な取組内容の検討が必要。
- 一部の企業のみが説明を行っており、参加企業ごとのPRができていない。
- 多くの企業が発言を行うなど、参加した企業名が教諭の印象に残る工夫が必要。

効果検証　【取組方針１　担い手の確保】

三　重　県
Mie Prefecture

建設企業が採用活動（求人票の書き方、魅力あるHPの作り方など）に関して高校教諭等からの指導を受けることで、より効果的な採用活動を実施

取組項目		具体内容	開始時期	取組目標（現状：R4）	R6	R7	R8	R9
3	採用活動における連携	①　高校教諭等による採用に関する勉強会（求人票の表現方法、効果的なツールの活用等）の開催	R6	勉強会に参加する建設企業数（累計） （年1回開催） （R4：－） （R5：－）	計画 20社	（累計） 40社	（累計） 60社	（累計） 100社
					実績（R6年12月時点） 26社			
					※R9＝令和5年度県立高校への求人を出した企業の実績を踏まえ、100社程度と想定			
取組の視点		①　求人票の書き方や見せ方などの採用活動については、高校教諭から具体的なアドバイスを受けることが効果的であり、重要である。 ①　採用活動に使用する各企業のパンフレットには、入社後の将来の姿（資格の取得、給与水準など）を記載しておく必要があり、そのような企業は高校教諭からの評価が高い。 ①　生徒が就職先を選ぶ際、継続的に採用しているかどうかを判断基準にしている。 ①　勉強会について、開催時期や実施内容、体制等、しっかりと計画を立てることで学校側も協力することができる。						

採用に関する勉強会

勉強会とは、建設企業が高校教諭等により、その地域にそった有効な採用活動に関する指導を受けることができるセミナー等のことを指す。

効果検証　【取組方針１　担い手の確保】

三　重　県
Mie Prefecture

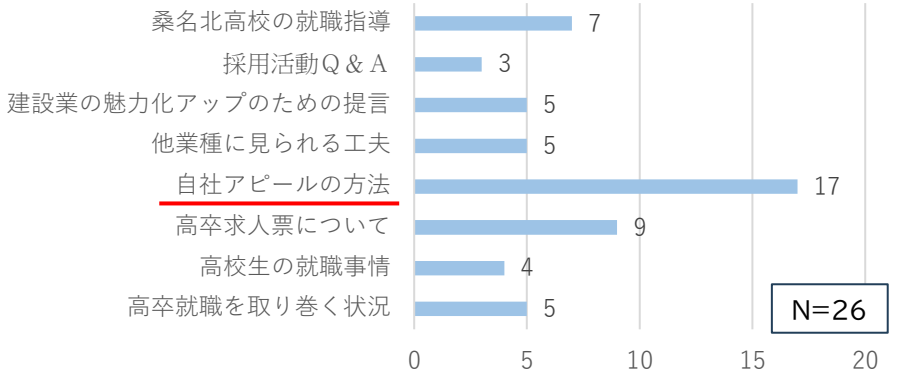
令和6年度　採用活動における連携

建設業採用活動セミナー

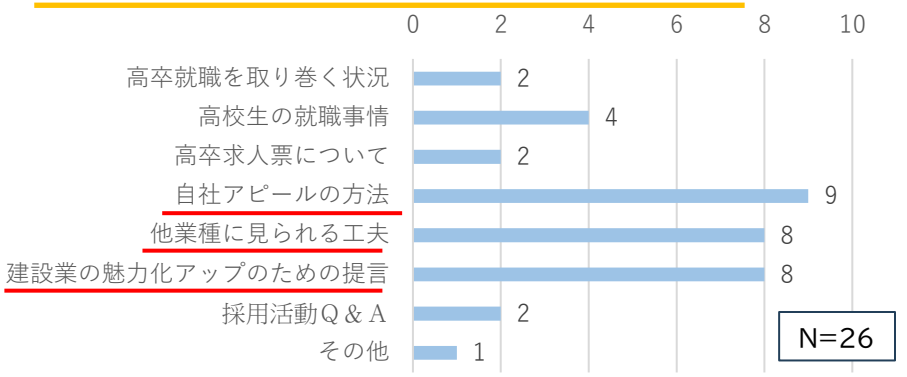
- 講師　三重県立桑名北高等学校　進路指導部代表
  井上和也　主幹教諭（写真）
- 日時　5月31日
- 参加者　26社　42名
- 対象地域　北勢地域
  （桑名・四日市）
- 内容　高校生の就職事情
  高卒求人票の書き方
  自社アピール方法　など

アンケート①（勉強会に参加した企業向けアンケート）

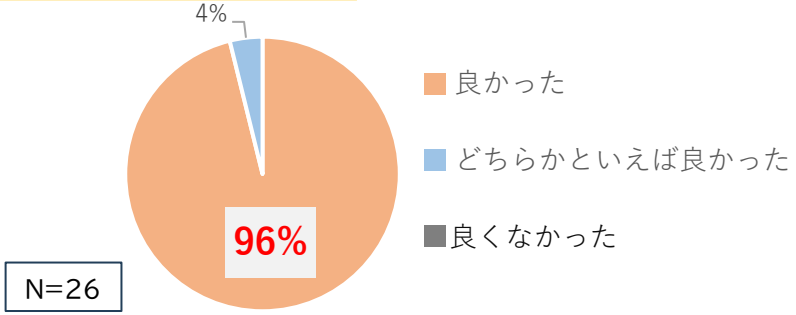
・セミナーを受けて印象に残った内容（複数回答可）



・セミナーを受けてより深く聞きたい内容（複数回答可）



・セミナーの講義内容について



効果・検証

- 高校生の就職活動に向けて、建設企業が効果的な採用活動（高校生の就職動向、他業界における求人の動向、求人票の書き方など）できるようセミナーを実施したところ、96%の企業が講義内容に対して「良かった」と回答。
- 印象に残った内容について「自社のアピール方法」が多く、より深く聞きたい内容については「他業種に見られる工夫」や「建設業の魅力化アップのための提言」が多い。
- 北勢地域での開催が好評であったことから、他地域への展開を検討。講師を務めていただく進路指導教諭の協力が必要不可欠。
- 開催時期が、求人票提出直前であったため、もう少し早い時期（4月）での開催が効果的。

効果検証　【取組方針１　担い手の確保】

取組施策②　生徒・学生への魅力発信・動機付け

就職を考える際に、建設業が選択肢の1つとなるよう、現場見学や就業者の声により、建設業の仕事ややりがいを発信

取組項目		具体内容	開始時期	取組目標（現状：R4）	R6	R7	R8	R9
1	出前授業等※の開催	①　建設業に触れる機会を創出し、生徒へ建設業の魅力を発信するための出前授業開催の支援	継続	出前授業等の経験企業数（累計） （R4:48社） （R5：64社）	計画			
		②　インターンシップを活用した建設業の魅力発信支援	継続		（累計） 70社	（累計） 100社	（累計） 130社	（累計） 150社
		③　測量・設計コンサルと連携した取組の実施	R6		実績（R6年12月時点） （累計） 82社			
		④　事例集やマニュアル等の作成と水平展開	継続		※R9＝R4年度県工事入札参加企業数（Aランク）約170社⇒150社を想定			
取組の視点		①　工業系高校だけでなく普通科高校や大学（工学系の学部だけでなく教育学部も含む）などの高等教育機関にも、出前授業等を通じて、幅広く建設業の魅力を発信していくことが重要である。建設業を通じて科学的な学びとなる授業にすると生徒に興味を持ってもらえる。 ①　出前授業等は、学校（生徒）のニーズを把握し取り組むことが効果的であり、就業後のイメージを認識してもらえるような内容にすることも必要である。 ①　入社1～2年目の社員として、知っているOB・OG（若手）が建設業の話をすると生徒の心に刺さる。 ①　建設業に関するイベント等に企画段階から生徒が参加することで、生徒が建設企業と交流でき、具体的な魅力や憧れを感じてもらうことができる。 ①　学校と地域の企業が連携し、生徒が最新技術を学べる機会を作ることが重要である。 ①　出前授業や現場見学会では、動画を用いて建設業の魅力を説明すると生徒が理解しやすく効果的である。 ②　インターシップを継続的に取り組むためには、行政・業界・学校などが連携し、受け入れる体制を整備することが重要である。また、インターンシップを開催する場合は会社の説明だけでなく、仕事の内容（現場など）をアピールすることが重要である。 ③　建設企業だけではなく、測量・設計コンサル等を含め業界全体で出前授業に取り組むことが重要である。 ④　出前授業や現場見学会は、良い事例を基にマニュアル化し、初めて行う企業でもスムーズに開催出来るようする必要がある。						

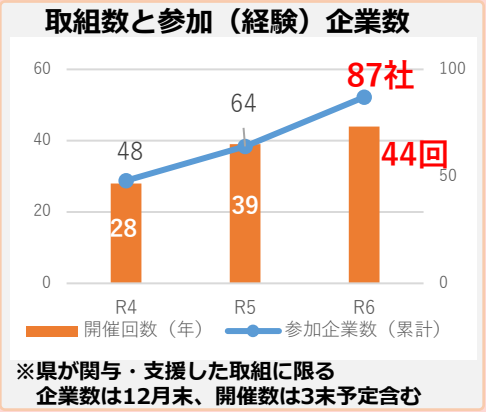
※出前授業等とは、対面授業形式で行う座学、総合的な学習（探究の時間）、主に建設系学科設置校で行う実習型の授業、現場見学会など生徒が参加する授業全般を指す。

効果検証　【取組方針１ 担い手の確保】

令和6年度 出前授業等の開催

令和6年度 取組実績(予定含む)

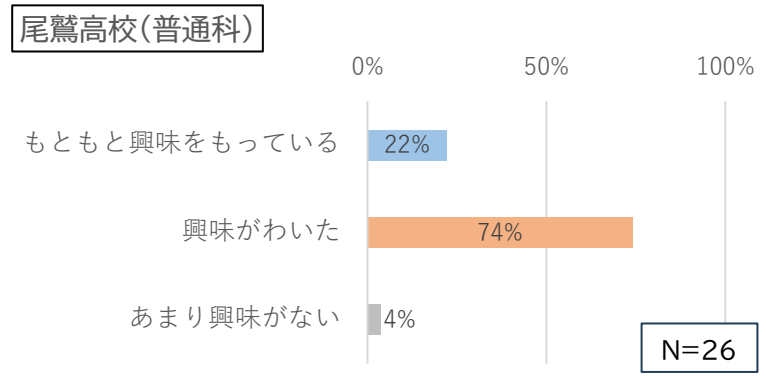
出前授業　：15回（10校）　　実習授業　：2回（2校）
現場見学会(高校)　：　12回（12校）　　就職説明会：3回（2校）
現場見学会(小学校)：　12回（12校）



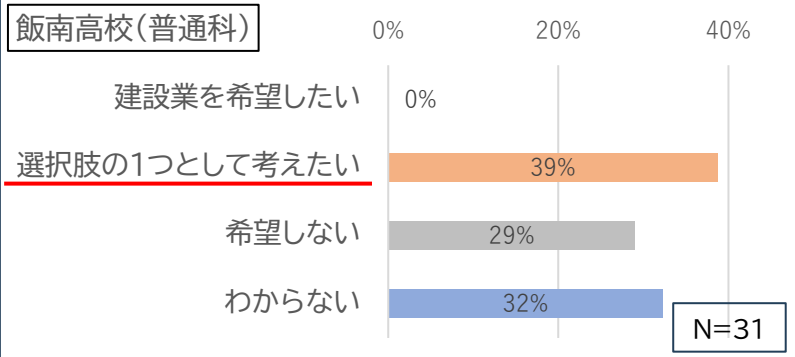
※県が関与・支援した取組に限る
企業数は12月末、開催数は3未予定含む

アンケート①(参加者した生徒向けアンケート)

・出前授業等を受けて、建設業に魅力を感じたか。



・将来、建設業に関する勉強や仕事をしたいと思いますか。



効果・検証

- 過年度からの学校訪問の継続により、出前授業等の開催回数が増え、経験企業も増加。取組回数が多い企業(団体)は経験値が上がり、授業内容に独自の工夫を取り入れるなど質が向上している。一方、取組企業の固定化も見られ、意欲に差が生じている。
- 出前授業等を受けて、普通科の生徒においても、建設業の役割や仕事内容が理解できたことや建設業に魅力を感じた生徒が多い。
- 普通科である飯南高校では、過年度からの継続した取組により内容が充実した結果、約4割もの生徒が「就職先の1つとして考えたい」と回答。
- 取組の継続・拡大ができるよう引き続き学校との関係性を密にしていくことが必要。

効果検証　【取組方針１　担い手の確保】

三　重　県
Mie Prefecture

より多くの生徒・学生、その保護者に建設業の取組を知ってもらうため、多種多様な方法で建設業の魅力を発信

取組項目		具体内容	開始時期	取組目標（現状：R4）	R6	R7	R8	R9
2	多角的な広報活動	①　多種多様な広報活動の実施（動画・SNS・冊子・写真展・各学校のHP等）	継続	SNS・動画で発信している建設企業数（アンケート集計） （R4：－） （R5：21%）	計画 20%（40社相当）	30%（70社相当）	50%（100社相当）	70%（150社相当）
		②　小中学生や保護者への魅力発信の実施	継続		実績（R6年12月時点） 39%（48/123社）			
		③　生徒が就職活動にあたり使用している求人閲覧サイト等の活用	R7					
					※R9＝R4年度県工事入札参加企業数（Aランク）約170社⇒150社を想定			
					※R9＝R5年度入札参加資格者名簿登録Aランク企業（土木一式工事）220社の約70%（150/220）			
取組の視点		①　魅力発信を行う動画は、視聴回数など、受け手側の実態を把握したうえで効果検証をしていくことが重要である。 ①　自社HPは、生徒に見てもらうことを意識して充実を図ることが効果的である。 ①　メディアに取材されることで建設業のPRも効果的になり、また、発信する側もやりがいを感じることができるため、メディアに載せる努力・体制づくりが重要である。 ②　高校生より下の世代（小中学生・幼少期）にも、建設業に触れる機会を作る。 ②　就職活動及び進学活動共に、生徒に対する保護者の影響が大きい。 ③　広報活動は、生徒が意思決定をするメカニズム（タイミング）を考えて行うことが重要である。 ①～③ 情報発信は、発信するだけでなく、見てもらう手段・手法が重要である。 ①～③ 建設業への新卒就業者数が減少していることについて、建設業に魅力が無いのか、建設業の現状が正しく伝わっていないのかを考える必要がある。						

効果検証　【取組方針１　担い手の確保】

三　重　県
Mie Prefecture

令和6年度　多角的な広報活動

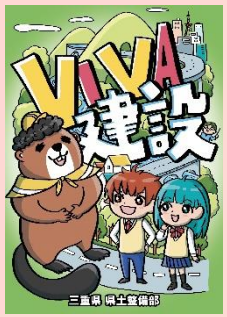
①魅力発信　冊子・動画の作成と活用

ホームページで公開し、誰もが使えるツールに！

出前授業や就職イベントなどで活用

②小中学生向け魅力発信ツール

- 小中学生に親しまれるよう、漫画・アニメを制作中。
- 令和７年度より、ツールを出前授業やSNS等で活用予定



イラストイメージ

③メディアの活用

- 取組が県民に知れ渡るよう、積極的な報道提供を実施。
- ほとんどの取組が一般紙に掲載

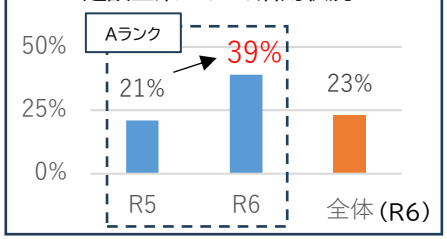
【中日新聞】松阪・紀勢版　5/8】

④SNSの活用

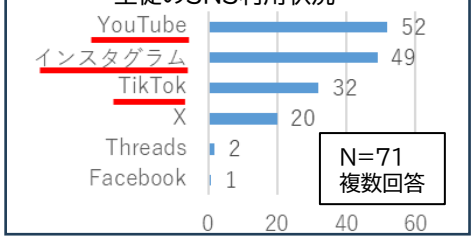
- 出前授業等の取組後は、「担い手確保支援チーム」のインスタグラムにポスト。
- 学校側のホームページやSNSにも掲載を依頼。

【担い手確保支援チーム　SNS】【三重高校ダンス部　SNS】

アンケート②
（建設企業の現状に関するアンケート）



アンケート①
（海星高校 出前授業）



効果・検証

- 誰もが使える冊子、動画により、出前授業や各種イベントで建設業の魅力が伝えやすくなった。
- 令和6年度に動画やSNSを活用した広報活動を実施した企業は、Aランクでは39%（48社/123社）であるが、全体では23%（72社/320社）と少ない。生徒の多くはSNSから情報をとっているため、SNSの活用を促す必要がある。
- また、SNSは生徒の多くが利用しているYouTube、インスタグラム、TikTokによる広報活動が有効。
- 現在作成中の漫画・アニメも活用し、小中学生を対象とした魅力発信が有効。
- 生徒・保護者が情報をキャッチできる手法の検討が必要。

効果検証　【取組方針１　担い手の確保】

生徒に建設業への入職を早期に動機付け

取組項目		具体内容	開始時期	取組目標（現状:R4）	R6	R7	R8	R9
3	資格の取得支援	①　高校在学中の生徒に対する、建設業に係る資格取得の支援（人材支援）	R6	資格の合格者数（二級土木施工管理技士・二級建築施工管理技士） （R4:92人） （R5:94人）	計画 100人/年 実績（R6年12月時点） 111人/年 ※R9=R4年度県内建設系学科のある工業系高校7校における合格者数から想定	110人/年	120人/年	130人/年
取組の視点		①　資格の取得支援は、個人負担を如何に減らすかが大事である。						

資格の取得支援

資格取得の支援とは、在学中の生徒に対し、資格に対する意欲・関心の向上や、資格取得に向けて効果的に勉強ができる環境の整備を目的に実施する取組。

効果検証　【取組方針１　担い手の確保】

三　重　県
Mie Prefecture

令和6年度　資格の取得支援

・建設系学科のある高校へのヒアリングの結果

課題

- ・試験勉強に対する学習意欲が低い
- ・進学希望などで無関係と感じている
- ・部活動等で勉強できる時間が少ない
- ・遠方開催の勉強会は出席率が伸びにくい

対策

- 就職後の資格取得の有効性、必要性を説明し、生徒のやる気アップを図る。
- 講習会の追加、講師派遣により、効率的に勉強ができる環境整備を図る。

資格取得意欲向上に向けた取組【12月】

資格合格率向上に向けた取組【翌年5月】

【資格取得意欲向上に向けた取組】

- 講　師　株式会社田村組
- 参加者　久居農林高校　土木･機械コース　1年生25名
- 内　容　取組の目的　建設業の資格　建設現場での1日　など

アンケート①（意欲向上の講義を受講した生徒向け）

※5段階評価（最大値5.00）

主な感想（自由意見）

- **資格の重要性**：建設業で働くためには**資格が重要**であること、**資格を取ることが大切**
- **資格取得の意欲**：早いうちから資格の勉強を始めたい、**積極的に資格を取りたい**
- **将来の就職に対する考え**：建設業に対する関心が高まり、**将来の就職先を考えるきっかけになった**

効果・検証

- 講義を受けた生徒へのアンケート調査の結果、生徒の資格試験に対する意欲は大きく向上した。
- 講義を受けることで、建設業に対する関心が高まり、将来の就職先を考えるきっかけとなっている。
- 高校生と歳の近い若手技術者（卒業生）から説明を行うことで、より現実味のある講義となった。
- 4月に予定している「合格率向上」の取組を実施し、合格率の推移を注視する必要がある。

効果検証　【取組方針１　担い手の確保】

取組施策③　U･Iターン人材等への働きかけ

U･Iターン人材が、地域の建設企業を就職先の選択肢の1つとするよう、県内建設企業をPRする場･環境を創出

取組項目		具体内容	開始時期	取組目標（現状:R4）	R6	R7	R8	R9
1	U･Iターン人材の確保	①　就職イベント等に建設企業が参加できるようイベント開催者との連携･調整	R6	U･Iターン就職説明会への建設企業の参加社数 （R4：－） （R5：2社）	計画			
					4社/年	6社/年	8社/年	10社/年
		②　市町等との連携によるU･Iターン人材受け入れ企業の紹介窓口（WEB）の設置	R6		実績（R6年12月時点）			
					12社/年			
取組の視点		①･② 県外に就職した人が離職し地元に帰ってきたときの働き口を整備しておく必要がある。 ①･② 移住は、県が市町と連携し具体的な事例の発信や衣食住のワンストップでの支援が必要。そのうえで、建設業界で働いている人をピックアップし、建設産業に目を向けさせることが重要である。 ①･② U･Iターン人材の確保は、前職の離職理由を把握･分析したうえで取り組む必要がある。						

※実績数＝県がSNS等で発信した説明会等に参加した企業を集計

効果検証　【取組方針１　担い手の確保】

三　重　県
Mie Prefecture

U･Iターン人材の確保

多数のイベントに参加でき、地域の建設企業のPR機会が拡大

他部局・他機関と密に連携

- 県雇用経済部
- 産業支援センター
- おしごと広場みえ　など

就職イベントの開催情報をキャッチするとともに、**建設企業の参加枠確保を調整**

↓

HP、SNSへの掲載
業団体への情報提供

若者と企業の交流会(12/17)

（ミエツドイミナツドエin大同大学）

若者と企業の交流会(12/22)

（マルシェforビジネス in　fork fork）

子育て世代との交流会(12/12)

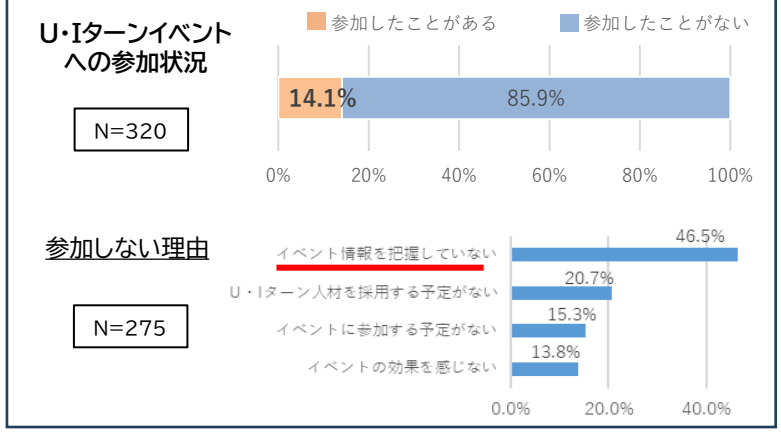
（in 鳥羽ビューホテル花真珠キッズパーク）

その他、WEB合同企業説明会、SNSによる企業PR企画などに多数参加

市町U・Iターン窓口へのリンク

建設産業活性化プランHP　県雇用経済部所管　HP

アンケート②(建設企業の現状に関するアンケート)



効果・検証

- 他部局との連携を強化にしたことにより、企画段階(企業が参加できる段階)での情報をキャッチできた。その結果、各種のイベントに建設企業が参加できるようになった。
- 一方、企業の参加意欲に偏りがあり(情報をキャッチする意識)、U･Iターンに関するイベントに参加したことがある企業は、約14%と少ない。また、その理由の約半数が「イベント情報を知らない」であった。このため、イベントの周知方法の検討や企業の情報収集力の向上が必要である。
- 引き続き、他部局、他団体との連携を密に行い、各種イベントに建設企業が参加できるよう調整を図る必要がある。

効果検証　【取組方針１　担い手の確保】

三　重　県
Mie Prefecture

高校教諭等に対して、U･Iターン受入企業などを共有し、再就職で進路指導教諭に相談に来た人材を確保

取組項目		具体内容	開始時期	取組目標（現状:R4）	R6	R7	R8	R9
2	U･Iターン人材の確保のための高校教諭との関係強化	①　U･Iターン人材の確保に関する情報を共有し、U･Iターン人材が再就職しやすい環境整備の支援	R6	交流会へ参加企業数（再掲） （各地域で2～3年に1回開催。毎年2地域で開催） （R4：15社） （R5：　1社）	計画 30社/年 実績（R6年12月時点） 24社/年	30社/年	30社/年	30社/年
取組の視点		①　県外に就職した生徒が離職し、地元で就職先を探す際、卒業した高校の先生を頼ることがあるため、高校教諭は生徒に就職先を勧めることができるよう、地域の信頼できる企業を把握しておく必要がある。						

担い手確保のため、建設企業に外国人雇用制度への理解を促進

取組項目		具体内容	開始時期	取組目標（現状:R4）	R6	R7	R8	R9
3	外国人雇用への対応	①　外国人雇用制度に係る説明会等に建設企業が参加できるよう、業界への周知と外国人雇用に関する相談対応	R6	外国人雇用に関する相談対応 （R4：－）	計画 実施 実績（R6年12月時点） 実施	実施	実施	実施
取組の視点		①　外国人雇用に向けての手続きや外国人労働者のニーズに対応する必要がある。						

外国人雇用セミナー開催

効果検証　【取組方針１　担い手の確保】

外国人雇用への対応

外国人雇用制度の理解促進

他部局との関係性の構築によりセミナー（オンライン）情報をキャッチ。SNS等で周知

⇒県内建設業４社が参加

令和７年３月に建設業に特化したセミナーを開催予定

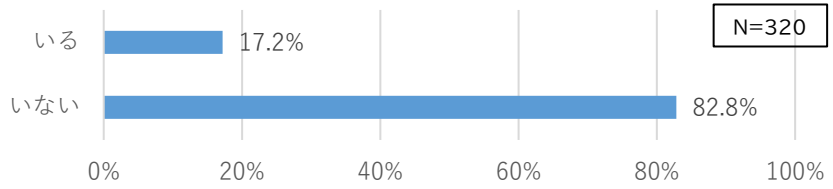
＜講師＞
一般社団法人建設技能人材機構

＜開催方式＞
対面＋WEB

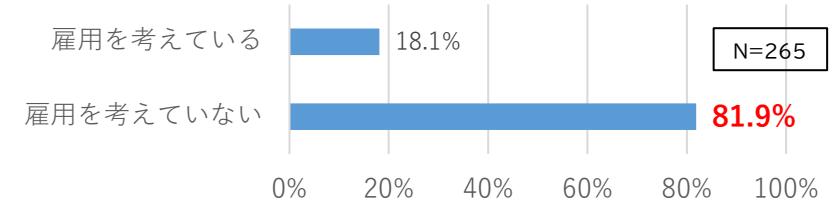
＜内容＞
外国人雇用制度の説明など

アンケート②（建設企業の現状に関するアンケート）

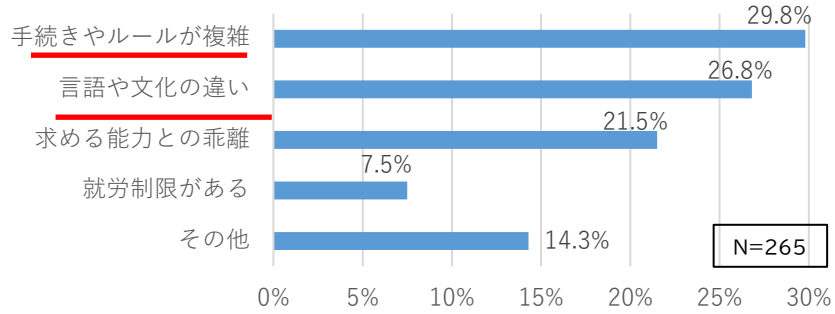
・外国人労働者の雇用について



・雇用の方向性について（外国人労働者を雇用していない企業）



・外国人労働者を雇用しない理由



効果・検証

- 他部局・他機関との関係性を構築したことにより、セミナー情報を周知することができ、建設企業のセミナー参加の機会を創出できた。
- 県内建設企業のうち、外国人雇用を考えていない企業は約8割であり、外国人雇用については消極的である。その要因としては制度への理解不足や言語や文化の違い（コミュニケーションが困難）となっている。
- 県土整備部や他部局が開催するセミナー等への参加を呼びかけ、制度理解を促す必要がある。