

参考資料1-1

【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



活性化プラン2024

【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	37校/年 (43校/年) 45校/年	37校/年 (43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	実績(令和8年2月時点)				
					26校/年	33校/年	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> ()は企業が独自に実施している高校も含んだ学校数 </div>	
	取組の視点	<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>						

◇学校訪問

R7取組方針

- ・令和6年度の取組を継続
- ・取組できている高校へ毎年実施する
- ・バックオフィス業務を明確にし、商業高校など新たな学校にもアプローチする

【取組時期】 主に4月中旬～6月下旬

【訪問校】33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、**四日市商業、飯野、亀山、津商業**、白山、久居、飯南、昴学園、**松阪商業、明野、南伊勢(度会)**、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、**近大高専**、津田学園、海星、三重、伊勢学園、皇学館、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し、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)

桑名工業、いなべ総合学園、四日市中央工業、亀山、飯南、昴学園、尾鷲、木本、久居農林、津工業、★津田学園、★海星 ★三重、伊勢学園、英心、皇学館、三重短大、三重大(実施予定含む)

◎現場見学会

飯南、昴学園、相可、久居農林、紀南、伊賀白鳳、伊勢工業、近大高専、四日市中央工業、四日市工業

◎企業と進路教諭の交流会 中勢地域(鈴鹿・亀山・津・一志)

◎女性技術者交流会 昴学園

◎採用活動向上セミナー 県内全地域(2会場で開催 Web参加併用)

※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。



ヒアリング内容(R7)

- ・卒業生の影響は大きい
- ・保護者の影響は大きい
- ・地元志向が強い生徒が多い
- ・給料よりも休暇を優先

- 学校訪問を継続することで、地域の建設業と学校(進路指導教諭)との関係性が向上。
- 商業高校を中心に新たな学校に訪問し、現在の就職状況を確認するとともにバックオフィスのPRを行った。取組実施には至らなかったが、進路指導教諭からアドバイスをいただき、今後も関係性向上に向け、必要に応じて訪問を継続する必要がある。
- これまでの取組から**進学校での取組はハードルが高い。**
- 先輩・卒業生の影響が大きいとの意見から、**近年、建設業に入職実績のある学校へのアプローチが有効である。**
- 訪問期間(4月～6月)内に学校と調整し、訪問する必要があることから、**訪問状況をふまえた優先度を設定し、訪問校を決定する必要がある。**

優先度(案)	取組内容	実施校数	訪問頻度
高	出前授業、現場見学会等の取組を実施している高校	17校	毎年訪問
高	建設業への入職実績(先輩・卒業生)が多い高校	16校	毎年訪問
低	建設業への入職実績(先輩・卒業生)が少ない高校等	16校	3～4年に1回で訪問



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)	計画			
		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	(R4:15社) (R5: 1社)	30社/年	30社/年	30社/年	30社/年
					実績(R8年2月時点)			
					27社/年	13社/年		
					3地域開催 27社参加	1地域開催 13社参加		
					※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)=6地域 ・桑名、四日市 ・鈴鹿、津 ・松阪 ・伊勢、志摩 ・伊賀 ・尾鷲、熊野			
					進路指導協議会の地区割に変更			
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。						

※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。

◇高校教諭等と建設企業の交流会

R7取組方針

- ・令和6年度の取組を継続
- ・企業の特徴が分かる資料の作成などにより、各企業の強みをPRできる内容とする

【中勢地域】(鈴鹿・亀山・津・一志)
高校教諭13名 参加企業13社



交流会 開催状況

6地域	R4	R5	R6	R7	R8
桑名・四日市地域	桑名 四日市				
鈴鹿・津地域	鈴鹿			鈴鹿	
松阪地域			松阪 一部		松阪
伊勢・志摩地域	伊勢 志摩				伊勢 志摩
伊賀地域		伊賀	伊賀		
尾鷲・熊野地域			尾鷲 熊野		

進路指導教諭へのヒアリング(R7)

- ・一業界のために進路指導教諭を集めるのは難しいと思う
- ・進路指導協議会后に時間が余れば、開催は可能かもしれない。

企業の強みをPRした一覧表

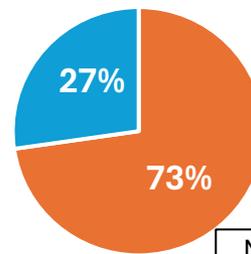
鈴鹿支部 5社、亀山支部 13社
津支部 11社、一志支部 8社
計 37社

■企業紹介内容	
No.	1
事業所名	[Redacted]
事業所名(カナ)	[Redacted]
所在地	[Redacted]
電話番号	[Redacted]
E-mail	[Redacted]
担当(役職・氏名)	[Redacted]
本たる事業 ※プルダウンより選択	[Redacted]
従業員数 (パート・アルバイト除く)	[Redacted]
業種 ※プルダウンより選択	鈴鹿市内
本たる勤務地	鈴鹿市内
事業内容・PR	鈴鹿市を中心に建設工、土木工事、舗装工事、リノベーションなど幅広い事業を展開しています。地域密着型の建設会社です！社内研修制度の導入や健康診断の取組など、仕事以外の面でも楽しく過ごせる仕組みづくりに取り組みしています！若手社員活躍中！
採用に関する事項	求職者(例:技術者(現場の施工管理)) 土木施工管理/建築施工管理
求める人材像	明るく元気な人
入社後の仕事内容	入社後は社内研修で社員のマナーやルールを学んで頂きます。その後、先輩社員と一緒に現場での業務を経験し、測量、現場の取組、PC作業、書類作成、写真撮影等の一般的な業務を学んで頂いた後に現場担当者として建設工事のプロジェクトを担当して頂きます。
その他 (研修内容や福利厚生など)	完全週休二日制、各種社会保険、確定拠出年金制度、資格取得助成金、退職金制度、制服貸与、通勤手当、家賃手当、資格手当、現場手当
受入の可否	可
シフト (可の場合)実施時期	5月~9月頃
1回あたりの受入人数	最大3名
生徒のみなさんへメッセージ	当社は20代が多く活躍する活力ある会社です！仕事だけでなく、みんなと一緒に旅行に行ったりスポーツをしたり、みんなが楽しく過ごせる会社です！

企業の事業内容や従業員への支援など、自社の強みを各企業がPR

アンケート①(交流会に参加した教諭向けアンケート)

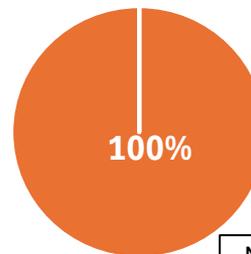
・今回の説明を受けて建設業のイメージが変わったか



- 【意見】
- ・若手従業員の話からイメージが変わった
 - ・具体的な仕事内容や待遇改善について知ることができた
 - ・今回のような取組から業界が今後さらに改善されると感じた

■ ①イメージが変わった ■ ②あまり変わらない

・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】
- ・魅力的な業界である
 - ・まだまだ厳しいところもあるが、良くなっていく業界と思う
 - ・達成感ややりがいを感じられると思う
 - ・特に土木系の希望者が少ないため、残念である

■ ①提案したい ■ ②あまり勧めない
■ ③どちらとも思わない

- 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、73%の教諭が建設業界のイメージが変わり、就職先や進学先に建設関係を提案したいという結果となった。
- 企業の強みをPRした一覧表を作成し、交流会で情報共有を行った。
- 進路指導協議会の会議後の開催であるため、十分な時間の確保が難しいことから、交流会を車座になって意見交換することにより、少ない時間の中でも活発な意見交換が可能となった。しかしながら、個々の企業PRを行う時間が足りなかった。
- 2巡目以降(伊勢志摩)は、企業PRがしっかりできる内容を検討する必要がある。
- R6交流会に参加した教諭からの依頼により、当該高校のR7就職ガイダンスに建設企業が参加するなど、新たな機会を創出できた。



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) 100社 60社	(累計) 100社
					実績(R8年2月時点)			
					26社	(累計) 61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		<ul style="list-style-type: none"> 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。

求人者のポイントは…



オンラインでの参加

◇採用活動における連携

R7取組方針

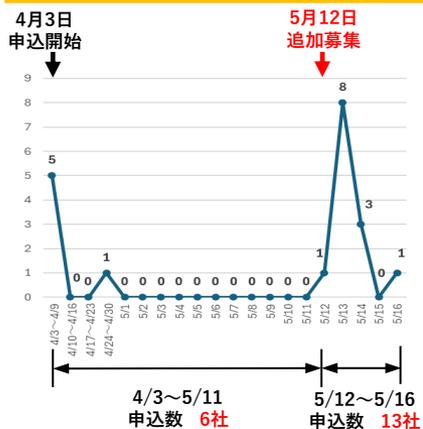
- ・令和6年度取組の開催地域を拡大する
- ・企業が提出する求人票に反映できるように4月に勉強会を実施する
- ・建設企業のプレゼンスキル向上の取組を実施する

建設業採用活動向上セミナー

- 講師(津) 三重県教育委員会事務局 高校教育課
キャリア教育班 班長 岡 智之
(尾鷲) 三重県立尾鷲高等学校
進路指導主事 福田 美佳
- 開催日 津:4月24日、尾鷲:5月20日
(2会場 WEB併用開催)
- 参加者 44社 54名(2会場の合計)
- 内容 高校生の就職事情、自社アピール方法など
高卒求人票の有効な書き方



採用活動向上セミナーの申込状況(R7尾鷲)



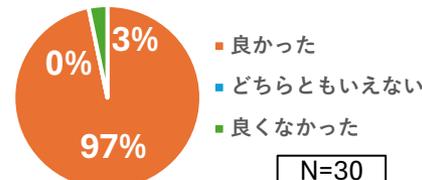
プレゼンテーション能力向上研修

- 講師 パスファインダーアカデミー
代表 松林 秀典
- 開催日 四日市:11月6日
津 :11月10日
尾鷲 :11月7日
伊勢 :11月26日
- 参加者 41社 63名
(4会場の合計)
- 内容 自社にあった
出前授業を設計する方法



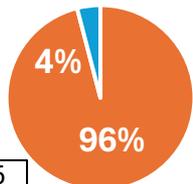
アンケート①(参加した企業向けアンケート)

プレゼンテーション能力向上研修の内容について



アンケート①(参加した企業向けアンケート)

採用活動向上セミナーの内容について



【理由】

- ・求人票の改善に役立つ情報があつた
- ・学校側の状況が良くわかつた
- ・学校の意向やルールを知ることができてよかつた
- ・進路指導の教諭の意見が聞けたことが非常によかつた

■良かった ■どちらかといえば良かった

進路指導教諭へのヒアリング内容(R7)

- ・採用活動向上セミナーに参加した企業は求人票の内容が改善されており、取組の効果が感じられる。
- ・参加した企業のうち2社において、令和8年度の入職を予定している。

高校教諭と情報交換会における学校側の意見

建通新聞 令和7年12月17日掲載

- ・有効的な求人票が書けていない
- ・生徒たちが求人票の業務内容や福利厚生、研修制度などを詳しく確認できるようにしてほしい
- ・最新技術の導入や資格手当といった会社の強みを記載してほしい

- 採用活動向上セミナーについて、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(高校生の就職事情、求人票の書き方、自社アピール方法など)が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。
- プレゼンテーション能力向上研修について、企業向けに出前授業等において、学生が興味を持つ対話型・参加型の授業づくりができるよう研修を開催したところ、97%の企業が講義内容に対して「良かった」と回答。
- 交流会において進路指導教諭から「有効的な求人票が書けていない」と指摘されており、就職先として建設業が選ばれない要因の一つと考えられるため、セミナー受講によるブラッシュアップが必要である。
- いずれの研修も参加申し込みの出足が鈍く、追加募集を行っている状況である。特に採用活動向上セミナーについて、高校求人はいしているがセミナー不参加の企業(85社:アンケート②による)へ参加を促していく必要がある。

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) 140社 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(R8年2月時点)			
		④ 事例集やマニュアル等の作成と水平展開	継続		(累計) 96社	(累計) 134社		
取組の視点		<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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生徒の心に刺さる。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>② インターン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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>						

※出前授業等とは、対面授業形式で行う座学、総合的な探究の時間、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。



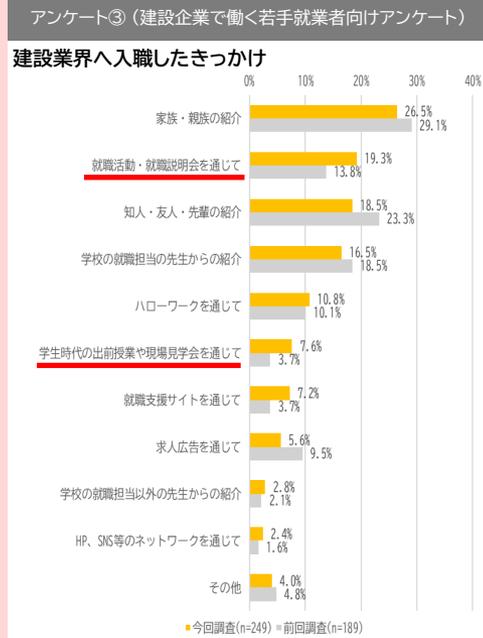
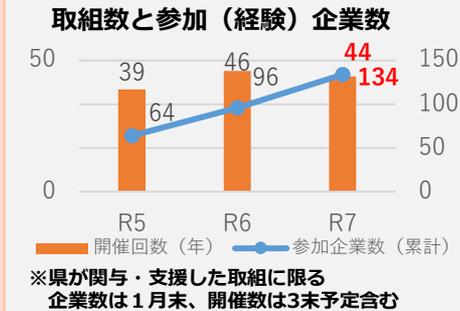
◇出前授業等の開催

R7取組方針

- ・令和6年度を取組を継続
- ・担い手確保・育成への取組を実施した企業等に対するインセンティブを検討する

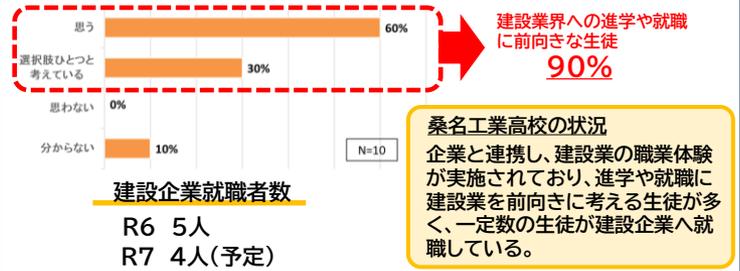
令和7年度 取組実績

出前授業 : 15回 (13校) 実習授業 : 2回 (2校)
 現場見学会(高校) : 10回 (10校) 就職説明会 : 6回 (4校)
 現場見学会(小中学校): 11回 (14校)



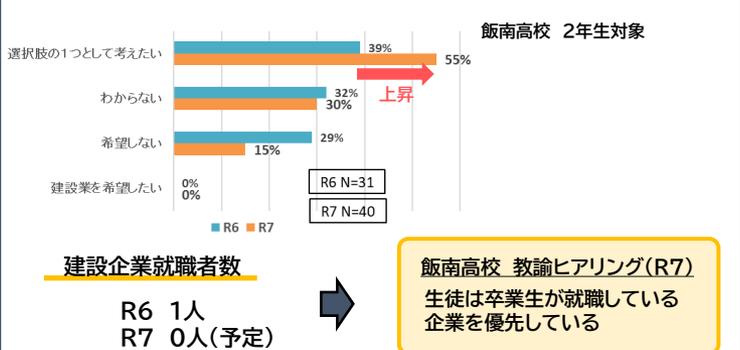
アンケート① (参加者した生徒向けアンケート) 桑名工業高校

建設業に関する進学・就職をしたいと思いませんか。桑名工業高校 2年生対象 (建設業に興味がある希望者)



アンケート① (参加者した生徒向けアンケート) 飯南高校

将来、建設業に関する勉強や仕事をしたいと思いませんか。飯南高校 2年生対象



効果検証

- 【桑工】取組により建設業への入職に前向きな生徒が90%であった。一定数の入職実績もあり、取組を継続する必要がある。
- 【飯南】アンケート①より「就職先の1つとして考えたい」と答えた生徒が39%(R6)から55%(R7)に増えており、取組効果は上がった。
- 【飯南】令和6年度の出前授業等の結果、39%の生徒が「就職先の1つとして考えたい」と回答してくれたが、令和7年度に就職先として建設企業を選ばなかった。
- 教諭からの聞き取りでは、生徒は卒業生がいる企業を就職先として優先しているとのことであった。この意見をふまえ、出前授業等の講師に卒業生を起用するなどの工夫が必要がある。
- アンケート③より各種取組をきっかけとして建設業界に入職した割合が増えており、取組の効果が出てきている。

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			
		② 小中学生や保護者への魅力発信の実施	継続		20% (40社相当)	30% (70社相当)	50% (100社相当)	70% (150社相当)
		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		実績(R8年2月時点)			
					40% (48/123社)	45% (58/128社)		
					※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		<p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>						

◇多角的な広報活動

R7取組方針

- ・令和6年度の取組を継続
- ・SNS等を活用した建設業の魅力発信を実施した企業等に対するインセンティブを検討する
- ・小中高生及び保護者世代に県と建設企業が連携し、SNS広告等による情報発信を実施する
特に保護者世代へのPR手法として、小学生を対象としたイベントに参加する環境を整備する

①SNSの活用

Instagram



出前授業や現場見学会などの情報を定期的に発信

「#VIVA建設」をキーワードに建設企業も協力して情報発信

就職イベント情報等の投稿数 9回
 出前授業・現場見学会等の動画投稿数 29回
 最大視聴回数 約4,600回（尾鷲高校出前授業）
 総視聴回数 R6:約8,500回 ⇒ R7:約36,000回
 フォロワー数 R7.4 562人 ⇒ R8.1 665人



TikTok



インフルエンサーを起用して、出前授業で状況や生徒へのインタビューなど、建設業の魅力を県、インフルエンサーのアカウントで情報発信

実施高校 三重、尾鷲、久居農林
 動画投稿数 22回
 最大視聴回数 約3,000回（久居農林高校実習授業）
 総視聴回数 約21,000回
 フォロワー数 R7.10 0人 ⇒ R8.1 31人

YouTube

出前授業等の動画投稿数 30回
 最大視聴回数 約3,000回（津田学園出前授業）
 総視聴回数 R6:約1,800回 ⇒ R7:約40,000回
 フォロワー数 R7.5 21人 ⇒ R8.1 46人



出前授業や現場見学会などの情報を定期的に発信

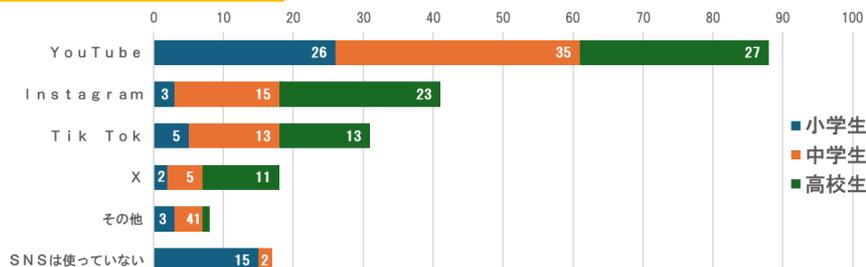
広告配信

アニメ「VIVA建設」をTikTok、YouTubeで広告配信(2週間限定)



アンケート①(キッズ・モニターアンケート)

小中高生のSNS活用状況





◇多角的な広報活動

R7取組方針

- ・令和6年度の取組を継続
- ・SNS等を活用した建設業の魅力発信を実施した企業等に対するインセンティブを検討する
- ・**小中高生及び保護者世代に県と建設企業が連携し、SNS広告等による情報発信を実施する**
特に**保護者世代へのPR手法**として、小学生を対象としたイベントに参加する環境を整備する

②イベントの活用



教育機関と連携し、小中学生が参加するイベントにて漫画やグッズを配布(約400個)することで、建設業の魅力をPR

③メディアの活用



朝日新聞 8月24日掲載
大山田小学校(伊賀)のPTA活動の草刈りで遠隔操作の除草を実演

三重テレビ 12月8日放映
塩浜小学校(四日市)で高所作業車の試乗や測量などの出前授業を実施



建設業団体による建設業のPR

ラジオ広告でVIVA建設をPR
配信回数 11回



④その他の取組



県内小中学校
485校に
漫画「VIVA建設」を
配布

セブンイレブンや
イオン等に
パンフレットや
ポスターを配布



夏休み期間中、
県立図書館で
建設業写真展を開催

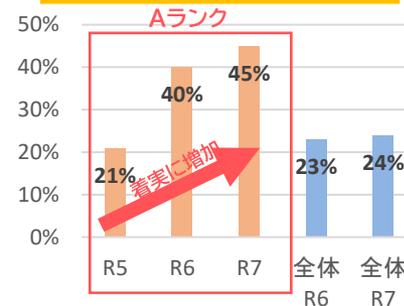


県政だより「みえ」
2月号に掲載



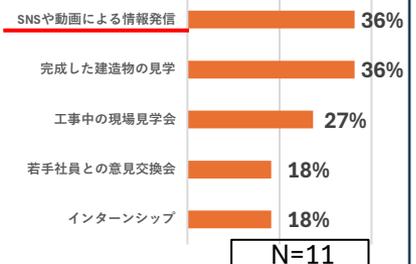
アンケート② (建設企業の現状に関するアンケート)

建設企業のSNS活用状況



アンケート① (出前授業に参加した生徒向けアンケート)

若い世代が興味を持つ取組



効果・検証

- 小中高生が良く利用するSNSを活用して、出前授業や現場見学会などの情報を発信し、視聴回数が増加した。
- 令和7年度からTikTokの配信をスタート。インフルエンサーを起用し、出前授業の状況を配信し、若年層への魅力発信を行った。
- **若い世代が興味をもつ取組は、「SNSや動画による情報発信」が36%であるため、SNSによる情報発信は有効である。**
- 動画やSNSを活用した広報活動を実施した企業は、前年度と比較するとAランク企業でも45%に留まっている。
- 前年度に作成したアニメを用いたSNSの広告配信により、県HPへのアクセス数が増加したため、**広告配信は有効であった。**
- 小中学生向けのイベントに参加し、漫画やグッズを配布したことで、**保護者世代に対しても建設業のPRにつながったことから、イベントを活用した広報活動を継続していく必要がある。**

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	110人/年	120人/年	130人/年
				実績(R8年2月時点)			
				111人/年 前期16人 後期95人	88人/年 前期32人 後期56人		
				※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			
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。



◇資格の取得支援

R7取組方針

・令和6年度の取組を継続

【資格取得に向けた学習会(試験対策)】

合格率向上

講師 (公財)三重県建設技術センターから派遣

開催日 「建築分野」 4月19日、26日 (技術センター及びWeb)

「土木分野」 5月28日、29日 (四日市中央工業高校)

参加者 「建築分野」 津工業、伊勢工業、四日市工業、伊賀白鳳

→ 新たに学習会を開催(すべての建築系学科)

「土木分野」 四日市中央工業 (他校については、技術センターが学習会を実施し、参加している。)

→ 今まで学習会に参加できていない高校に講師を派遣



【資格取得意欲向上に向けた取組】

意欲向上

講師 株式会社田村組

開催日 11月18日

参加者 久居農林高校
土木・機械コース
1年生26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)

講義を受ける前後の意欲の違い

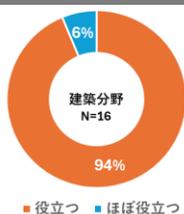


アンケート対象
久居農林高校1年生

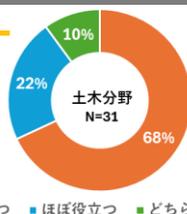
- 【意見】
- ・資格を取るメリットを詳しく知れた
 - ・建設業で働きたい思いが強くなった
 - ・就職先の選択肢が増えた
 - ・資格を取るモチベーションが上がった

アンケート①(学習会を受講した生徒向け)

学習会は受験に役立つか



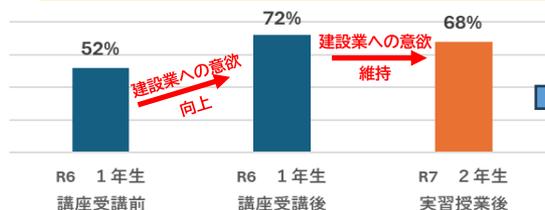
- 【意見】
- ・分かりやすかった
 - ・理解を深められた
 - ・学習量に対して時間が足りない



- 【意見】
- ・分かりやすい解説だった
 - ・楽しかった
 - ・むずかしかった

アンケート①(R6意欲向上の講義、R7実習授業を受講した生徒向け)

建設業を就職の選択肢と考えるか



アンケート対象
久居農林高校2年生

学校訪問時に
企業PR

- 建築分野の学習会を新たに実施した。また、土木分野では既存の学習会に出席できていない学校に対して講師を派遣した。いずれの分野においても、**受験対策として高い評価であった。**
- 建築分野の学習会は2日間で行ったが、**講義内容が多く、講義のスピードが速かったことから、開催期間の改善が必要**である。
- 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。
- 取組を実施した生徒にアンケートをした結果、令和6年度に引き続き令和7年度も約7割の生徒が建設業を就職の選択肢とすると答えており、取組の効果が継続していることが伺える。

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に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(R8年2月時点)			
					19社/年	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戻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

◇U・Iターン人材の確保

R7取組方針

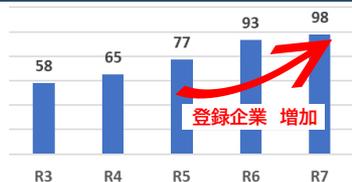
- ・令和6年度の取組を継続
- ・県のSNSにフォローしてもらうように建設企業へ呼びかけを**実施**。また、**イベント**で使用する資料作成を支援する。

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

おしごと広場みえ 建設業の登録企業数



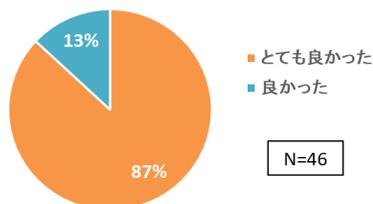
若者と企業の交流会(8/2、12/14)



建設企業 計5社参加
(マルシェforビジネス in folk folk)

アンケート①(交流会参加者のアンケート)

参加者の感想



【意見】

- ・今まで知らなかった職種を知ることができた
- ・地域の魅力的な企業を発見できた
- ・三重県で働きたいと思った
- ・今後も開催してほしい

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

子育て世代との交流会(7/13)



建設企業 2社参加
(in 鳥羽ビューホテル花真珠キッズパーク)

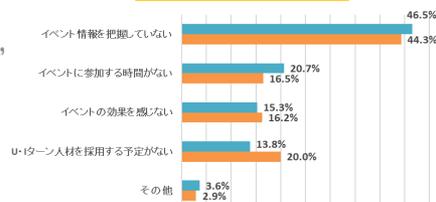
その他、WEB合同企業説明会、SNSによる企業PR企画などに多数参加

アンケート②(建設企業の現状に関するアンケート)

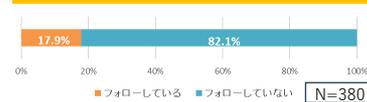
U・Iターンイベントへの参加状況



参加しない理由



建設企業のSNSフォロー状況



- 他部局との連携を継続し、企画段階(企業が参加できる段階)での情報をキャッチし、建設企業の参加率を確保し、建設企業が参加することができた。
- U・Iターンに関するイベントに参加または参加予定の企業は、昨年度に比べて約9%と減少し、また、昨年度と同様に参加しない理由の約半数が「イベント情報を知らない」であった。県のSNSを活用して情報発信を行ったが、**県のSNSをフォローしている建設企業が17.9%と少ないため、情報が届いていない。企業にフォローを促す必要がある。**
- 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。

▼ 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	30社/年	30社/年	30社/年
					実績(R8年2月時点)			
					30社/年	13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	実施	実施	実施
					実績(R8年2月時点)			
					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						

◇外国人雇用への対応

R7取組方針

・令和6年度を取組を継続

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

厚生労働省採択事業 令和7年度 三重県地域活性化雇用創造プロジェクト
A6《外国人受入体制構築事業》 MIESC

外国人雇用セミナー & 個別相談会

県内企業における外国人材の確保・育成を目的に、外国人材の採用・活躍ノウハウの提供、労働関係法令等に関するセミナー、および個別相談会を開催し、外国人材の受入・定着に必要な環境整備を支援します。

外国人雇用セミナー オンライン 無料

「外国人雇用の最新情報と定着・戦力化への取組み」について分かり易く解説します

第1回	7月10日（木）	【在留資格・国籍別】はじめての外国人採用のポイント ～外国人受入のための支援団体の選定や受入費用など～
第2回	9月19日（金）	外国人労働者の労務管理 ～社会保険、税務、出入国管理、職場定着のポイント～
第3回	10月24日（金）	外国人留学生の新卒採用と中途（既卒者）採用 ～専門学校、大学、大学院卒を中心に～
第4回	12月5日（金）	【法改正】特定技能外国人の「職種別」受け入れ方法 ～建設業、製造業、介護、農林水産業など～
第5回	R8年2月13日（金）	【新制度】「育成就労」の概要と注意点 ～技能実習廃止前に行なっておきたい体制整備～

個別相談会 オンライン 無料

外国人雇用に関する人事担当者の悩みや困りごとをお聞きし、プロが助言します

開催日時：上記セミナー終了後 15:30～17:00
相談時間：1社あたり30分、各回3社以内【予約優先】

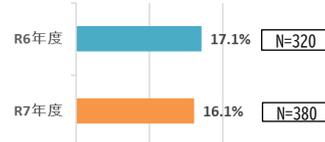
【講師・相談員 紹介】 **プリック労働法務事務所 代表 橋本 裕介 氏**
特定社会保険労務士・特定行政書士
一般社団法人国際労働法協会（特定技能外国人登録支援機関） 代表理事
梅花女子大学 大手前短期大学 非常勤講師
大手金融機関、厚生労働省、日本年金機構本部 勤務を経て現職
企業や自治体への講演・研修講師のほか外国人労働者雇用の労務管理や出入国管理手続き等を幅広く手がける
著書：「外国人雇用書式・手続きマニュアル」（2020年 日本法令）

【主催】公益財団法人三重県産業支援センター、三重県
【後援】三重県商工会議所連合会、三重県商工会連合会、三重県中小企業団体中央会
（お問合せ）三重県産業支援センター（担当：西） TEL:059-253-1260 E-mail:chipro-gaikoku@miesc.or.jp

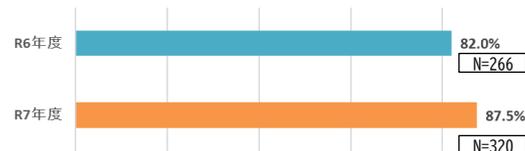
⇒県内建設業3社が参加

アンケート②（建設企業の現状に関するアンケート）

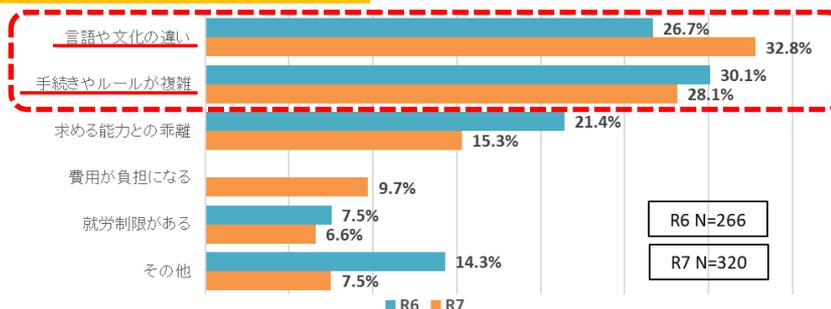
外国人を雇用している企業の割合



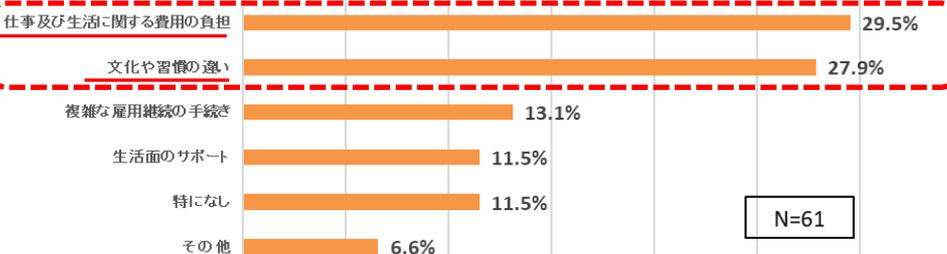
今後、外国人の雇用を考えていない企業の割合



外国人労働者を雇用しない理由



外国人労働者を雇用している企業の課題



- 他部局・他機関と連携を継続し、セミナー情報を周知したが、県内建設企業2社のみの参加となった。
- 外国人を雇用している企業は16.1%に留まり、今後雇用を考えていない企業が87.5%で増加していることから、外国人雇用については消極的である。
- 外国人雇用をしない理由としては、「言語や文化の違い」、「手続きやルールが複雑」が多いことから、今後もセミナーへの参加を促す必要がある。
- 外国人労働者を雇用している企業のうち、「仕事及び生活に関する費用の負担」、「文化や習慣の違い」を課題としている企業は多い。

