

建設現場で働く人々のやりがい向上に向けた方策について ～業界等ヒアリングを実施して～

(一財) 国土技術研究センター 正会員 ○福田 健
(一財) 国土技術研究センター 正会員 白井 隆裕
(一財) 国土技術研究センター 正会員 佐藤 重孝

1. はじめに

日本は、外国に比べて台風、大雪、洪水、土砂災害、地震、津波、火山噴火などの自然災害を受けやすい国土を有しており、毎年のように全国各地で自然災害が発生し、甚大な被害が生じている。近年、激甚化している風水害の一因としては、CO₂などの温室効果ガスの排出量の増加に伴う地球温暖化による気候変動の影響が指摘されている。自然災害が発生した際の災害応急対策等の実施にあたっては、国土交通省、都道府県などの地方自治体からの要請、指示、委託を受け、自衛隊や警察よりも真っ先に被災地に駆けつけ、被災状況の確認・応急復旧に対応しているのは、地元の建設会社、建設コンサルタント、地質調査や測量等の建設事業に関連する企業（以下、建設関連企業という。）の職員であることは、あまり報道されていない。

他方、建設業界全体の喫緊の課題として、担い手確保が大きな課題となっている。今後、高齢化した建設業就業者の退職が増えることが懸念されており、将来、建設業が公共事業や災害対応等の社会的な役割を果たせなくなることも危惧される。

本稿では、国土交通省で取り組んでいる「建設現場で働く人々の誇り・魅力・やりがい向上にむけた取組」状況について紹介するとともに、実際に災害対応にあたった地元の複数の建設会社・建設コンサルタントからのヒアリングを通じて得られた建設業で働く人々の「誇り・魅力・やりがい」に繋がる課題、及び検討すべき方向性について提示する。

2. 国土交通省の取組み

国土交通省は、建設現場で働く人々の誇り・魅力・やりがい検討委員会による4つの提言案をR2.1月に公表している。この4つの提言案のうち

の1つが全国展開施策（以下、4施策という。）となっている（図-1）。

JICEが国土交通省等から受託している「やりがいに係わる調査業務」では、提言書で示されている4施策がどのように展開されているか、国土交通省等に対して実態調査を行った。

以下、調査から得られた共通の意見を示す。

- ✓ 今回の調査により、全国的に4施策に係わる取組事例が比較的少ないことが把握されたが、4施策について改めてその必要性を認識し、受発注者ともに更なる周知徹底を図ることが重要であると認識した。
- ✓ 4施策に関するテーマとして取り組んでいた訳ではなく、受発注者ともにやりがい向上に繋がる取組を工夫して行っていた。
- ✓ 4施策について受発注者ともに周知を図ることが重要である。

方針案(施策案)		施策内容の例	
(1)	全国展開の施策(4施策)	災害対応における着用物の統一化	・ 災害に一本で取り組む姿勢の発信として、行政機関・建設業・建設コンサルタントが統一着用物の導入
		工事銘板による技術情報の発信	・ QRコードを用いた工事完成までの映像を発信 ・ 工事関係者を映画のエンドロールの様に流して紹介
		女性活躍の推進	・ 快適トイレ等のハード整備 ・ けんせつ小町、ロールモデルの発信等のソフト整備
		建設現場のイメージ映像の配信	・ 建設業の仕事がイメージできる映像を国で集約し一元的に配信

図-1 国土交通省の取り組み¹

3. 今後の展開に向けた検討

2. で示す4施策のうち、例えば「ビブス着用施策」について着用することは、統一感を生み、周知されるが、そもそも自衛隊より早く駆けつけ、災害の応急対応をしているという地域の守り手としての実態が広く国民に知られていない。

今後、取り組み事例を増やし、受発注者双方にとってやりがいに繋がる良い取組を相乗効果となるよう発信していくことが重要と考える。

キーワード 担い手の確保、やりがい、災害、災害応急対策、災害契約

連絡先 〒105-0001 東京都港区虎ノ門3丁目12-1 ニッセイ虎ノ門ビル9F TEL03-4519-5005

4. 建設関連企業へのヒアリングから示唆された課題と今後執るべき対応策（方向性）

災害対応の経験を有する建設関連企業の業界団体を対象としたヒアリング^{2,3}で提示された意見より、「担い手の確保と体制確立」、「建設関連企業のPR」に係わる課題等を以下に示す。

（1）担い手確保ができない場合、災害応急対策等の体制確保が困難となる実態の認識²

- ✓ 災害対応は、担い手確保・体制確保の観点から長期的な視点で対応していく必要がある。
- ✓ 10年後の災害対応のみならずインフラの老朽化等の喫緊の課題に対応できない恐れがある。その意味で、災害応急対策等に従事した若手職員・技能者のモチベーションをあげる取組が必要である。

（2）災害応急対策等を行う建設関連企業のPRの強化²

- ✓ 災害応急対策を行う建設関連企業の活動（写真、動画）を活用し、建設業のイメージアップ・PR戦略が必要である。
- ✓ 建設会社は、啓開作業により自衛隊よりも真先に現地に行っていることを第三者から地元に報道してもらう必要がある（自衛隊はPRする人材を抱えている）。

・建設現場のイメージ映像に係る発信

業界団体へのヒアリング内容から得られた意見をヒントに、建設業の魅力や仕事等がイメージ出来る映像やコンテンツを用いて、具体の事例案を作成した。今後、仕事のイメージ映像や写真を国交省HPに集約し、具体的取組事例を発信していく必要がある。



図-2 建設現場のイメージ映像の発信



図-3 発信内容の具体例

- ✓ 図-3 は、TEC-FORCE の活動に係わる発信内容の一例であるが、建設業の魅力や仕事等がイメージ出来る映像やコンテンツの掛け合わせを工夫して発信することで、インパクトのあるPRが可能と考える。

5. おわりに

自主研究として実施している「災害契約等に係わる課題についてのヒアリング」から建設業における災害対応がやりがいや魅力向上、誇りに繋がることを再確認することが出来た。

また、2.で示す4施策以外にも、建設業界のやりがいや魅力向上、誇りに繋がる取組について、受発注者が自ら現場等で取り組んでいることも調査することが出来た。

JICE では、引き続き、関係する研究者・実務者の皆様と協力して調査・研究を行い、建設業界のあるべき姿と改善策の検討を進めていく所存である。

各地域で発生している現場の声を調査・把握して周知・報告していくことはとても重要であることを改めて指摘し、結びとする。

参考文献

- 1.国土交通省 HP（建設現場で働く人々の誇り・魅力・やりがい検討委員会 提言書策定令和2年2月）より作成
- 2.JICE REPORT 第42号「災害応急対策等における建設関連企業の役割と今後の課題」
<https://www.jice.or.jp/tech/reports/detail/16/46>
- 3.第40回建設マネジメント問題に関する研究表・討論会
「災害応急対策等に係る建設契約の現状と課題に関する調査に関する中間報告」