

第2章 建設産業の現状と課題

Theme 4『地域における建設企業の意欲的な取組』

1. 地域建設業の現状と課題

地域における建設企業は、国民生活と経済活動の基盤である地域の社会資本整備やインフラの維持管理を担う役割はもとより、地域の雇用確保を通じて地域経済を支える役割や災害時の緊急活動、冬季の除雪作業による交通確保など地域の安全・安心を支える役割も担っている。一方で、バブル崩壊以降、建設投資は一時より持ち直したとはいえ、名目値で見ると2023年度はピーク時から約15%減である。また、受注競争の激化により、建設業許可業者数、建設業就業者数は減り続け、それぞれピーク時から約21%、約30%減少している。

国土交通省の推計によると¹、建設業就業者数は1997年から2022年の間に685万人から479万人へ約200万人（約30%）減少した。なかでも技能労働者は、ピーク時（1997年）には455万人いたものの、2022年には約2/3の302万人まで減少しており、減少スピードが著しい。また、2022年時点で技能労働者の約36%を55歳以上が占めているが、この年齢層の多くはおよそ10年後には離職すると見込まれる。一方、29歳以下は1割強を占めているに過ぎず、およそ10年後に到来するであろう大量離職を補うには不十分である。こうした事情から若年入職者の確保及び技術継承等が大きな課題になると推察できる。

2. 地域建設企業の経営力向上へ向けた取組状況

地域の中堅・中小建設企業は、深刻な人手不足に直面しているとともに安定的な仕事量や利益の確保等、様々な経営課題を抱えている。今般、地域の中堅・中小建設企業及び専門工事会社を対象として、「経営力向上に向けた取組状況等に関するアンケート調査」（以下「本アンケート」という。）を行った。本項では、本アンケート結果に基づいて取組状況の概略を明らかにする。

¹ 国土交通省 中央建設業審議会・社会資本整備審議会産業分科会建設部会
令和5年審議 第1回基本問題小委員会 資料1「建設業を巡る現状と課題」

(1) アンケート概要

本アンケートの概要は以下のとおりである。

- ① 調査対象：一般社団法人全国建設業協会傘下の会員企業 18,494 社
- ② 調査時期：2023 年 9 月 1 日～9 月 30 日
- ③ 調査方法：WEB
- ④ 回答企業数：676 社（回答率 3.7%）
- ⑤ 設 問：図表 1 のとおり

図表1 アンケート質問事項

貴社について

問1	本社所在地について
問2	主たる事業内容について
問3	資本金について
問4	前年度完工高について
問5	完工高に占める官公庁発注工事の割合について
問6	直近決算の営業利益率について
問7	従業員数について
	(1) 全従業員数
	(2) 女性従業員数
問8	年齢について
	(1) 全従業員の平均年齢
	(2) 経営者（代表者）の年齢
問9	新規採用状況について
	(1) 直近1年間に入社した従業員数（新規採用）
	(2) 採用人数に対する充足状況

貴社における「経営力向上」に向けた取組について

問10	貴社の経営課題について、優先度の高い項目を選択してください（上位3つまで）
問11	貴社では現在、「経営力向上」に向けた取組を行っていますか（1つを選択）
	(1) 現在、貴社において実施（検討）している取組を選択してください（複数回答可）
	(2) 取組の目的について、当てはまる項目を選択してください（上位3つまで）
	(3) 取り組んでいる目的に対して、取り組みによる効果を感じていますか（1つを選択）
	(3)-1 効果があったと感じる項目を選択してください（複数回答可）
	(4) 取組を実施したきっかけは何ですか（複数回答可）
問12	今後、貴社で実施したい取組を選択してください（複数回答可）
問13	取り組むうえでの課題（取り組んでいない理由）は何ですか（複数回答可）

今後の地域建設業の在り方について

問14	今後の地域建設業の在り方について、重要だと考えることを教えてください（複数回答可）
問15	経営力向上への取組や地域建設業の在り方について、独自の取組やご意見等があればお聞かせください（自由記述）

(2) アンケート結果

ここでは紙面の制約上、本アンケート結果の一部のみを記述する。

① 優先度の高い経営課題について（複数回答可）

全体の 88.2%が「人材の確保」、次いで 75.6%が「売上・利益の維持向上」、71.3%が「人材育成」と回答している。

図表2 優先度の高い経営課題

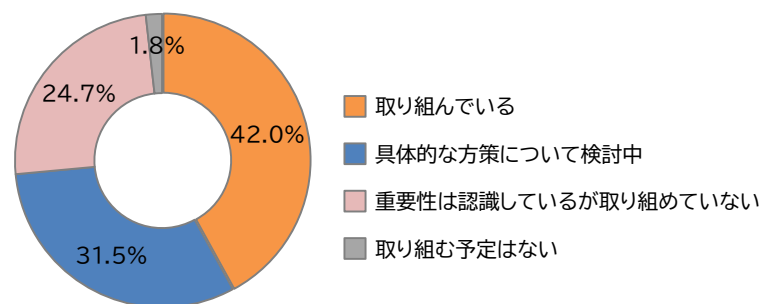
選択肢	回答数	割合
人材の確保（新規採用・離職防止）	596	88.2%
売上・利益の維持向上（安定的な受注量の確保等）	511	75.6%
人材育成	482	71.3%
就業環境の改善	151	22.3%
事業承継	99	14.6%
その他	3	0.4%
回答社数	676	-

（出典）アンケート調査結果を基に当研究所にて作成

② 経営力向上へ向けた取組状況

全体の42.0%が「取り組んでいる」、31.5%が「具体的な方策について検討中」と回答している。一方、24.7%は「重要性は認識しているが取り組めていない」と回答している。

図表3 経営力向上へ向けた取組状況



（出典）アンケート調査結果を基に当研究所にて作成

③ 現在、実施または検討している取組（複数回答可）

経営力の向上に「取り組んでいる」または「具体的な方策について検討中」と回答した企業のうち、80.9%が「働き方改革」、次いで62.6%が「処遇改善」と回答している。一方で、「新分野進出」「対外的な広報活動の強化」「産学連携」は15%前後にとどまっている。

図表4 現在、実施または検討している取組

選択肢	回答数	割合
働き方改革（週休2日制導入・長時間労働是正等）	402	80.9%
処遇改善（給与制度の見直し等）	311	62.6%
生産性向上（DX推進等）	300	60.4%
SDGs推進（環境対策・地域貢献活動等）	203	40.8%
人事制度拡充（教育・評価制度の整備等）	177	35.6%
新分野進出（経営の多角化等）	76	15.3%
対外的な広報活動の強化	75	15.1%
産学連携（出前授業・現場見学会・共同研究等）	68	13.7%
地域における企業間連携（資機材や人材の共同管理等）	28	5.6%
特になし	7	1.4%
その他	6	1.2%
回答社数	497	-

（出典）アンケート調査結果を基に当研究所にて作成

④ 取組の目的（3 つまで回答可）

経営力の向上に「取り組んでいる」または「具体的な方策について検討中」と回答した企業のうち、60.6%が「従業員の働きがいの向上」、次いで51.7%が「採用力の強化」と回答している。

図表5 取組の目的

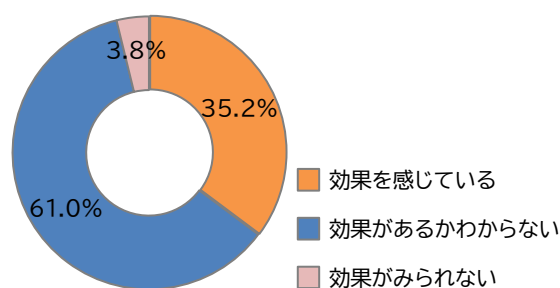
選択肢	回答数	割合
従業員の働きがいの向上	301	60.6%
採用力の強化	257	51.7%
売上・利益の維持向上	238	47.9%
企業イメージの向上	176	35.4%
離職防止	176	35.4%
地域社会への貢献	92	18.5%
企業理念・ビジョンの実現	57	11.5%
事業承継	51	10.3%
その他	3	0.6%
回答社数	497	-

（出典）アンケート調査結果を基に当研究所にて作成

⑤ 取組による効果を実感しているか否か

経営力の向上に「取り組んでいる」または「具体的な方策について検討中」と回答した企業のうち、35.2%が「効果を感じている」ものの、「効果があるかわからない」及び「効果がみられない」と回答した企業が6割以上を占めた。

図表6 取組による効果の実感



（出典）アンケート調査結果を基に当研究所にて作成

⑥ 取組の効果があつたと感じる項目（複数回答可）

取組による「効果を感じている」と回答した企業のうち、50.3%が「従業員の働きがいの向上」、次いで43.4%が「新規採用」、41.1%が「企業イメージの向上」と回答している。

図表7 取組の効果があつたと感じる項目

選択肢	回答数	割合
従業員の働きがいの向上	88	50.3%
新規採用	76	43.4%
企業イメージの向上	72	41.1%
売上・利益の維持向上	67	38.3%
地域社会への貢献	62	35.4%
離職防止	58	33.1%
知名度の向上	37	21.1%
企業理念・ビジョンの実現	31	17.7%
事業承継	6	3.4%
その他	4	2.3%
回答社数	175	-

(出典) アンケート調査結果を基に当研究所にて作成

⑦ 今後、実施したい取組（複数回答可）

全体の 59.6%が「働き方改革」、次いで 57.5%が「生産性向上」、44.5%が「処遇改善」と回答している。

図表8 今後、実施したい取組

選択肢	回答数	割合
働き方改革（週休2日制導入・長時間労働是正等）	403	59.6%
生産性向上（DX推進等）	389	57.5%
処遇改善（給与制度の見直し等）	301	44.5%
人事制度拡充（教育・評価制度の整備等）	243	35.9%
SDGs推進（環境対策・地域貢献活動等）	162	24.0%
新分野進出（経営の多角化等）	113	16.7%
対外的な広報活動の強化	95	14.1%
地域における企業間連携（資機材や人材の共同管理等）	95	14.1%
産学連携（出前授業・現場見学会・共同研究等）	62	9.2%
特になし	32	4.7%
その他	3	0.4%
回答社数	676	-

(出典) アンケート調査結果を基に当研究所にて作成

⑧ 取り組むうえでの課題、または取り組んでいない理由（複数回答可）

全体の 61.1%が「時間・労力が不足している」、次いで 50.4%が「知識・情報が不足している」と回答している。

図表9 取組の課題、または取り組んでいない理由

選択肢	回答数	割合
時間・労力が不足している	413	61.1%
知識・情報が不足している	341	50.4%
自社に適した取組がわからない	182	26.9%
予算が不足している	170	25.1%
実施している取組の効果測定ができていない	98	14.5%
従業員の賛同・協力が不足している	92	13.6%
経営層の理解が不足している	67	9.9%
特になし	50	7.4%
経営課題との結びつきが弱い	45	6.7%
その他	7	1.0%
取組の必要性が感じられない	6	0.9%
回答社数	676	-

(出典) アンケート調査結果を基に当研究所にて作成

⑨ 今後の地域における建設企業に重要だと考えること（複数回答可）

全体の 67.6%が「若者に対する働きがいの創出」、次いで 64.3%が「地域全体での建設業のイメージアップ活動」と回答している。一方、「地域における建設企業間の連携強化」や「地域を跨いだ建設企業間の連携強化」と回答した企業はそれぞれ全体の2割未満にとどまっている。

図表10 今後の地域における建設企業に重要だと考えること

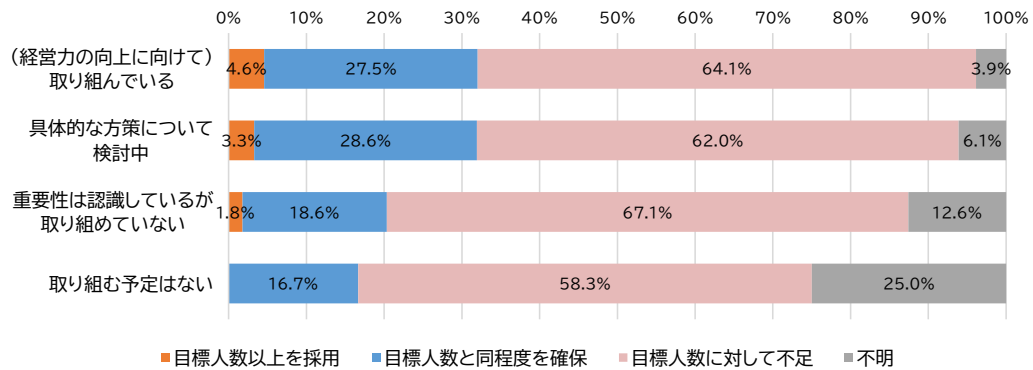
選択肢	回答数	割合
若者に対する働きがいの創出	457	67.6%
地域全体での建設業のイメージアップ活動	435	64.3%
処遇改善（安定的な給与の確保・向上）	420	62.1%
働き方改革	357	52.8%
若者に対するキャリアプラン等の整備	291	43.0%
国や自治体における支援	241	35.7%
小学生や中学生等への積極的な広報活動	191	28.3%
地域における建設企業間の連携強化	113	16.7%
地域を跨いだ建設企業間の連携強化	111	16.4%
その他	8	1.2%
特になし	3	0.4%
回答社数	676	-

(出典) アンケート調査結果を基に当研究所にて作成

⑩ 取組と新卒採用人数の充足度の関連

経営力の向上に取り組んでいるか否かに関わらず、新卒採用で目標人数を充足できていない企業が 6～7 割近くを占めるが、経営力の向上に取り組んでいる企業の方が採用人数の充足度が高いという結果であった。

図表11 取組と新卒採用人数の充足度の関連



(出典) アンケート調査結果を基に当研究所にて作成

⑪ 経営力向上に向けた独自の取組や地域建設企業についての意見（自由記述、一部抜粋）

- 公共工事を中心に週休2日など働き方改革に向けた取組が進められているが、民間工事も巻き込んだ取組にならないと、真の経営力向上は実現できない。
- 建設業に対するイメージが悪く、それを凌駕するほどの給与や休日を従業員に与えられていない。
- 地方の中小建設企業では、年間を通じて安定した仕事量を確保できていない。予算執行の兼ね合いから、年度前半（4月～10月）と比較して年度後半（11月～3月）に工事が集中し、繁閑の差が大きい。これに起因して人材確保計画を立案しにくく、作業員の人数確保が難しい。
- 地方の中小企業だけでは、どうにもならないところまできている。地方公共団体・金融機関・学校・企業など関係者が一体となって担い手を確保する必要がある。働き方改革等の取組は理解できるが、一方で現場での実践を通じた勉強も重要であり、知識の無い現場監督が増えるのではないかと、という懸念がある。
- 都市と地方での地域格差が大きい。都市では公共工事が少なくとも民間工事を主体に経営することが可能だが、地方は公共工事が大部分を占めており、公共工事が少ないと経営が厳しくなる。
- 毎月のように法や規則などの改正があり、それが負担になっている。大企業は社員数が多く対応可能であっても、中小・零細企業では負担増が残業時間増や休日出勤増に繋がりがやすく、離職の原因になっていると感じる。企業の負担が増える改正だけでなく負担が減る改正をもっと増やすべきではないか。
- 建設業従事者は、警察官や消防士、自衛隊員と同様に災害発生時に復旧を担うという重要な使命を負っており、実際に災害が発生すれば真っ先に活動を始める。警察官や消防士、自衛隊員は平時でも税金で養われているが、建設企業は、平時は税金を納めている。国や地方公共団体は、「事業維持費」や「養成費」などの名目で建設企業を支援しても良いのではないかと。

(3) アンケート結果の総評

本アンケートから得られた結果を以下のとおりまとめた。

① 取組を推進する目的

本アンケートに回答した多くの企業が人材の確保や育成、売上・利益の維持向上といった企業の存続や持続的成長に関わる経営課題を抱えており、従業員の働きがいの向上や採用力の強化という目的で経営力の向上に取り組んでいた。

時間外労働の上限規制の適用開始を目前に控え、長時間労働の是正が喫緊の課題となっているなか、約8割の企業が働き方改革を実施中であった。しかし、働き方改革や処遇改善にとどまらず、SDGs推進や経営の多角化に向けた新分野進出等に取り組んでいる企業もみられ、大手企業に決して劣らない改革を実施している様子が見えてきた。

② 取組の推進による効果

経営力向上に向けた取組による効果を感じている企業は約35%であり、6割以上の企業は効果を感じていなかった。人材確保に苦戦する企業が多いなか、効果を感じている企業は、従業員の働きがいや企業イメージの向上、売上・利益の維持向上の面で効果を感じていることが分かった。また、経営力向上へ向けた取組を行っている企業は、取組を行っていない企業と比べて新卒採用人数に対する充足度が高いことが明らかになった。

③ 今後、実施したい取組と課題

今後実施したい取組として、働き方改革や生産性向上を挙げる企業が50%を超え、長時間労働の是正や人材確保を目的にした取組は引き続き重要な課題であると推測できる。一方で、時間や情報、予算など様々なリソースが不足していることが取組推進の阻害要因となっている様子が見えて、中堅・中小建設企業の置かれた状況の厳しさが改めて浮き彫りになった。

④ 今後の地域建設業のあり方について、重要だと考えること

今後の地域建設業のあり方として重要だと考えることとして、若者に対する働きがい創出や地域全体での建設業のイメージアップ活動を挙げる企業が6割を超えた。若年人口が著しく減少するなかで次世代を担う人材の確保は最重要課題である。それぞれの地域において、建設業そのもののイメージをより良いものにする活動や、実際に建設業に携わる若者に対してやりがいを感じてもらえるような取組が推進されることを望みたい。

3. 地域建設企業の取組事例

本アンケートの回答企業のうち、ヒアリング調査に応諾いただいた企業及び当研究所から別途依頼した企業の計6社に対し、具体的な取組内容や効果等を取材した。紙面の制約上、取材した内容の一部のみを紹介する。

(1) 株式会社小野組（本社：新潟県胎内市）

株式会社小野組（以下「小野組」という。）は、建築・土木工事の設計・施工を手掛ける従業員数200名程度の企業である。

① 経営力向上へ向けた取組

(a) 「和合館工学会」の設立

一般社団法人和合館工学会²（以下「和合館工学会」という。）は、地域の社会基盤を整備し、建設文化を担う地域に密着した企業及び行政の「建設総合技術力向上」を目指す教育機関である。小野組が音頭を取り、心を同じくする地域建設企業とともに2019年に設立された。行政や企業、教育・研究機関、そして地域・市民組織とも広く連携し、実践的な社会人教育を行う学び舎として、より良い社会を構築するための拠点になることを目指している。

和合館工学会の会員企業は、経営に意欲的な建設会社の集まりである「一般社団法人地域建設業新未来研究会³（以下「CCA」という。）」が母体であり、CCAは国土交通省等とともに、毎月勉強会を開催している。各社が抱える課題やその解決策の共有等、様々な情報交換を図り、相互に積極的に良いものを取り入れて活用していくという方針である。

(b) 「北陸建設アカデミー」の設立

和合館工学会は主に講習会やセミナーを開催する施設であり、実地を伴う技能教育は、一般社団法人北陸建設アカデミー⁴（以下「北陸建設アカデミー」という。）が担っている。北陸建設アカデミーでは主に、教育と技能伝承、就職支援を実施している。また、技能資格の取得にとどまらず、キャリアコンサルタントや社会保険労務士による面接指導等も行っている。

北陸建設アカデミーでは小野組の65歳以上のOB社員が講師を務め、受講生は主に地域の建設会社の新入社員や中堅社員であるが、ハローワークと連携することで建設業への入職希望者や資格取得による社会復帰を目的とした方々等も参加している。そのため、就職支援の一環

² ウェブサイト <https://wagokan.or.jp/about/>

³ ウェブサイト <https://www.cca-net.or.jp/>

⁴ 一般社団法人北陸建設アカデミーは、新潟労働局長登録教習機関として各種技能講習・特別教育を中心に事業を行っているほか、一般財団法人建設業振興基金の北陸地域の拠点としての機能も併せ持っている。

ウェブサイト <https://hokuriku.or.jp/>

として技能教育だけでなく社会規範や道徳に関する教育も行っている。

技術系の会社には人事部がなく、1人の担当者が採用活動を含む事務全般を担っているケースも少なくない。実際、協力会社の社長から「ハローワークに求人を出すことだけで精一杯であり、面接をはじめ採用活動の手法を知らないため、このままでは人材確保が困難である」と打ち明けられたこともあった。こうした事情を踏まえ、北陸建設アカデミーの受講生に対する技能指導や受講生と対話することを提案した。そうすることで、企業と就職希望者がお互いにお互いのことを理解したうえで入社することに繋がると考えた。技術系の会社がなければ小野組の仕事も成り立たなくなるため、北陸建設アカデミーが企業と受講生の出会いの場となり、人材確保に寄与することを期待している。

② 取組の効果

かつては新卒が多数入社しても退職者が多く、なかなか従業員が定着しなかった。原因はいくつか考えられるが、時間外労働や育休取得率など労働環境の整備ができていなかったことや、従業員数に対して仕事量が多く従業員が疲弊していたこと、またベテラン従業員の繁忙により若手社員の育成ができていなかったこと等が挙げられる。

和合館工学会や北陸建設アカデミーでの活動の効果もあり、近年は中途採用も含めると毎年約20名が入社するようになった。特に2020年以降は文系出身者や女性技術者も毎年1名以上入社して、かつ退職者もない。

和合館工学会は広域の企業が緩やかに連携した組織のため、学生が各企業に接触しやすく、大学や大学教授から非常に好評である。地元の高校生は大学進学を機に地元を離れる場合も多いが、大学卒業後に地元での就職を希望した場合、学生が地元の企業にアプローチしにくいケースがあり、和合館工学会のような組織が今後も設立されることを期待している。

また、従業員へのアンケート調査では「小野組に入社して培った力」として、回答の多い項目から順番に、コミュニケーション力、技術力、協調性が挙げられたことから、社員のEQ⁵の向上を実感している。また、従業員が小野組に抱く印象として、「地域密着型建設会社」、「(新潟県)胎内市で1番良い会社」等の意見が多く、地域における存在感の高まりを従業員自身が感じられている。

③ 今後の展望

今後は今まで以上にコアファンベース⁶の会社として、顧客と伴走しながら課題を解決する

⁵ EQとはEmotional Intelligence Quotientの略称で、直訳すると「心の知能指数」である。感情をコントロールして応用できる能力を指し、ビジネスシーンにおける対人関係、対人能力を良好に発展させる基礎能力とされている。

⁶ ファンベースはファンを中心に活動して売上や価値を上げていく考え方である。よりコアなファンをターゲットに置くことで、従来の既存顧客に向けたマーケティングよりもLTV（生涯顧客価値）を高めることを目的とする。売上の多くを支えるファンを大切にするという考え方であり、人口減少や市場縮小等により注目が集まっている。

会社になることを目指している。現在は各社が自社の特徴を打ち出して受注を競っているが、DX等の加速に伴って差別化が難しくなることが予想される。「いかに他社との差別化を図るのか？当社のファンとは？」という疑問を改めて整理することで、小野組として新しいビジネスモデルを構築する。

小野組が考える“DX”とは「領域展開」である。すなわち、今まで行ってきた取組をさらに進化させることである。「領域展開」を加速するうえでは、同業他社のみならず異業種との積極的な交流が非常に重要であると考えている。

公共事業を担う会社として、小野組の利益のみを追求するのではなく、利益は可能な限り社会に還元すべきであるという信念を持っている。地域にとって、この先も必要とされる会社であり続けたい。

④ 今後の地域建設業のあり方

地域建設業はその地域と密着した存在であるため、常に「思いやり」「感謝」の気持ちを持ち、地域に対する貢献を大切にしたい事業活動を行っていく必要がある。それぞれの地域に合わせた様々な取組の地道な積み上げが会社存続にとって重要である。小野組を例にすると、様々な分析で、小野組の若手社員も含めた地域の若者の特性として“思いやりがあつておおらか、奥ゆかしい、引っ込み思案”タイプの若者が多い傾向が分かったことから、その特性を長所と捉えてPRするため、会社のキャッチフレーズを「やさしさと思いやりで未来をひらく。」という現在のものに変更した。

人材確保には会社の風土が非常に重要であり、いくら給与が高く休暇が多くても居心地が悪いと従業員が退職することがある。加えて、最近の若者はキャリアアップを重視しているため、企業には学びの場を提供することも求められる。それにはOJTとOFF-JTの両方が必要であるが、特に地方では社外での学びの場が少ない。小野組が設立した北陸建設アカデミーは実技を学ぶ場となっているが、こうした場が増えていくことが望まれる。

北陸建設アカデミーに参加された転職経験者の退職理由として、「コミュニケーションが取れない」、「資格取得に向けた勉強時間を確保できない」といった項目が挙げられた。自身の将来を見通せず退職したというケースが多いようである。特に地方は家族が近くに住んでいるケースが多く、働かなくても生活が成り立つ環境にある若者も少なくない。「働くことは楽しい」、「居場所が見つかる」、「成長できる」という実感を会社が提供する必要があると考えている。

各社はより人材育成に注力すべきであり、採用活動をはじめOJTやOFF-JT等の社員教育の場では、社会環境の変化や若者の意識変化に合わせた当事者目線に立った施策の実施が求められる。そのためには、地域を跨いだ建設業同士の交流はもちろん、他産業との積極的な情報交換や活動を行うことが重要である。

(2) 寿建設株式会社（本社：福島県飯坂町）

寿建設株式会社（以下「寿建設」という。）は、土木工事を事業の中核に据え、「健康経営優良法人（中小規模法人部門）」の認定歴もある企業である。

① 経営力向上へ向けた取組

(a) 写真集「インフラメンテナンス」の出版

建設業の広報活動はパターン化されていると感じたため、他社とは異なる取組を検討した。プロのカメラマンによる現場写真の撮影を思いついたことから、知人を介して知り合ったカメラマンの山崎絵里奈氏に依頼し、寿建設のメンテナンス現場の写真を撮影していただいた。毎月1回の撮影を半年続け、それらの写真を集めた写真展を開催したところ、非常に大きな反響があったことから、広報のチャンスと捉え、自ら出版社に写真集の出版を提案した。出版に際しては、会社のPRではなくメンテナンスの仕事の魅力を伝えることが目的のため、できる限り寿建設のロゴマーク等を掲載しないよう依頼した。業界関係者だけでなく、一般の方々の心に響くこうした取組を行うことが重要である。

(b) 現場の改善事例「寿 good job」

「寿 good job」は、寿建設の社内制度である「私の提案制度」により実施された現場の改善事例を社外に向けて発信しているウェブサイトであり、2023年3月から一般公開している⁷。建設業における安全管理に関する教育は、災害事例やヒヤリハット等の避けるべき事例の共有による啓発が中心であるが、「寿 good job」は“好事例から学ぶ”という新たな取組であり、専門家から高い評価をいただいた。社員から提案が出たらすぐに社長自らお礼状を書くことや、提案が出た月内に必ず全社展開するというスピード感のある運用により社内で定着させた。

② 取組の効果

地元の高校へ写真集を配布することによるPR効果はもちろん、寿建設が写真集を出版していること自体が学生にインパクトを与えられており、強い入社意志を持って採用試験に臨む学生が増えている。写真集の出版前は数年間にわたり工業高校土木学科の卒業生の入社が途絶えていたが、出版以降は毎年2～3名が入社し、出身者間の繋がりもできている。また、写真集は地元の銀行にも配布し、各支店に設置していただくことで、一般の方のイメージアップにも繋げた。メンテナンスの仕事の魅力を社会に伝えるツールとして、写真集は非常に適していると思う。

⁷ ウェブサイト https://note.com/kotobuki_goodjob/

③ 今後の展望

寿建設の企業理念は「喜ばせる技術、選ばれる企業。」であり、お客様の満足・喜びを最も大切にしていることから、売上を伸ばすことに固執しない経営方針を持つ。東日本大震災後、地元の建設会社の多くがJVを組んで除染業務に取り組むなか、寿建設は、他社との差別化のため注力分野を定めた方が良いと判断したことから、もともと有していた補修の技術を活かした補修業務に注力していく方針とした。その結果、現在の経営状況は安定しており、引き続き補修業務に注力していく方針である。他社との競争ではなく保有技術を活かした堅実な経営姿勢に対しては、銀行等からも高く評価されている。

④ 今後の地域建設業のあり方

今後、地域建設業が存続していくうえでは、誰かが先頭に立って業界を牽引し、業界全体で新たなことに挑戦していく必要がある。自社の利益のみを追求するのではなく、各社が地域建設業としての役割に対する責任感を持ってそれぞれの役割を全うする必要がある。

また、建設業界及び地域を守るための取組に向けた発注者側の対応が非常に遅いことへの懸念から、強く警鐘を鳴らしていく必要がある。発注者側の理解を得られなければ本当に地域を守れなくなるという強い危機感と責任を持っている。

(3) 株式会社小坂田建設（本社：岡山県岡山市）

株式会社小坂田建設（以下「小坂田建設」という。）は、個人住宅の補修から公共土木工事まで手掛ける従業員数10名程度の企業である。

① 経営力向上へ向けた取組

小坂田建設は経営理念の策定と「地域のお困りごと解決」に取り組んでいる。まず、個人からの仕事獲得に向け、地域の方々に小坂田建設の仕事内容を「見える化」しなければならないと考え、小坂田建設の方向性を社外にも示すため、「私達は笑顔溢れる建設サービス業として事業を通じて地域の笑顔創造カンパニーを目指します。」という経営理念を作成した。社員にもお客様にも笑顔になってもらいたいという思いが込められている。企業理念の作成にあたり、社員を交えて現状分析を行った。その結果、地域に密着した建設業者としての信頼や、祖父・父の代から個人顧客がいたこと、地元の同業他社と比べて保有する工事車輛や機械が多いこと、50年を超える長い歴史があること、さらに、笑顔溢れる社員が多い社風が、小坂田建設の強みであると認識できた。

小坂田建設の強みを活かすため、まずは地元である岡山市北区建部町の方々からの知名度獲得へ向けて、会社の敷地内でイベントを開催した。重機と撮影した写真をカレンダーにしてプレゼントする等、子どもたちが喜ぶ内容とした。そのイベントで実施したアンケート結果から、

「一般の人は建設会社に関心がなく、会社名や所在地、仕事内容も知らず、数千万円以上の大きな仕事しか請けてくれないという印象を持っている」ことが判明した。こうした印象を覆すべく、小坂田建設は地域にとって身近な存在になることを目指し、サービス提供の対象地域の世帯に、毎月 2,500 部ほどの折り込みチラシを投函している。小坂田建設が提供可能なサービス一覧である「お仕事メニュー」を広く一般の方々に認識してもらい、仕事の受注に繋げることが目的である。チラシには、各サービスの施工前後の写真だけでなく、料理のレシピ等、一般の方が興味を持ちやすい事柄を多く盛り込む工夫がされている。また、以前は文字のみの一覧表であったが、絵も交えた方が理解しやすいと聞き、見直しを行った。

② 取組の効果

継続的なチラシ配布等により、小坂田建設が地域にとって身近な存在であるというイメージが定着したことで、一般の方々に困り事があれば最初に小坂田建設に相談が来るという関係性を構築できた。同時に、地域になくってはならない存在であると認識されたことから、公共工事に伴う土地の使用許可を快諾される等、公共工事にもプラスの効果が表れている。地域の抱える小さな問題でも一つ一つ丁寧に解決することで信頼関係が生まれ、次の仕事に繋がっていく。また、従業員の成長や仕事のやりがい向上という副次的効果も生まれている。さらに、個人顧客の仕事は工事開始時期を調整しやすいため、公共工事の繁忙期との兼ね合いで開始時期を決定することにより、年間を通じて常に一定の仕事量を確保できている。

チラシ投函にとどまらず、建設業の仕事や魅力、現状等に関する情報を発信し、小坂田建設が実施している取組をマスコミを通じて外部へ公開することにより、小坂田建設の魅力を地域内外へ広く伝えることに成功している。その結果、人材確保で効果が出始めており、幼少期に小坂田建設のイベントに参加していた女性が普通高校から 1 名、他にも就職サイトを通じて 2 名、中途採用でハローワークから 1 名入社した。さらに 35 歳の技術者が東京の大手企業から小坂田建設に中途入社している。都会の会社に比べて給料は劣るが、その分、残業時間が少なく休みの取りやすい働き方を推進していたことが奏功した。自分の時間や家族との時間を大切にしたい若者とのマッチングをこれからも期待している。

③ 今後の展望

小坂田建設の経営理念「私達は笑顔溢れる建設サービス業として事業を通じて地域の笑顔創造カンパニーを目指します。」のとおり、今後も地域に対して小坂田建設が貢献できることを宣伝していく方針である。そして、“建設サービス業”として地域住民の課題解決を通じて得た声を市町村に届け、行政サービスの改善に貢献するとともに、地域住民が暮らしやすい環境を維持することで定住を促し、新たな仕事や雇用を生み出すことを目指している。

また、小坂田建設では、完全週休 2 日制の確保と時間外労働の抑制に向け、移動時間の削減を目的に遠方地域の仕事を請けることを避け、地元で絞ってサービスを提供している。地域に

根付いた企業になるという観点からも、この方針を維持していく。また、小坂田建設が元請け企業として請け負うことで、小坂田建設自身が仕事をコントロールできるよう努めていく。

④ 今後の地域建設業のあり方

「地域のお困りごと解決」に取り組み始めた当初は、高齢過疎地域である地元には仕事がないのではという懸念があったが、一般の方に仕事内容を PR していくなかで、雨樋屋や板金屋、障子屋等の専門工事のニーズがあることが判明した。今後は少子高齢化や過疎化がさらに進み、こうしたニーズは増えていくと見込まれることから、地元の企業が各地域の実情に合わせて同様の事業を展開することで全国の地域建設業が活気づくと考える。

より広い視点に立つと、公共土木工事は地域課題を解決するための技術であり、高度経済成長期を経て建設企業は公共事業への依存が進行した。小坂田建設も公共事業への依存が進行した時期もあったが、現在は身近な仕事を通じ、地域との関係構築を再度強化しつつある印象である。こうした企業が増えていけば、地域における建設企業の存在価値はより高まっていくと考えられる。

(4) 株式会社アースシフト（本社：静岡県静岡市）

株式会社アースシフト（以下「アースシフト」という。）は、公共だけでなく民間の土木工事や既存建物の改修工事も請け負っている従業員数 80 名程度の企業である。

① 経営力向上へ向けた取組

(a) 農業生産法人「アグリ 24」の設立

農業生産法人株式会社アグリ 24⁸は、アースシフト社長の故郷である静岡市の梅ヶ島の住民から「今後一切、農業を行うつもりはないが、周辺地域の迷惑になるため耕作放棄地にするわけにはいかない」と言われ、農地（茶畑）の管理を打診されたことがきっかけで立ち上げられた。現在は農業法人として、ヤーコン茶等を栽培して販売している。また、農業法人としたことで農地売買等が可能になったため、静岡県で建設発生土の処分場が不足しているという状況に着目し、耕作放棄地となった農地を購入、造成して処分場を建設した。このように地域貢献として開始した取組が本業にも繋がっている。

(b) 地方創生に向けた「UMEGASHIMA DRIVE - IN&SAUNA VILLA」の運営

アースシフトは、2023 年 10 月に梅ヶ島温泉にドライブイン（UMEGASHIMA DRIVE - IN&SAUNA VILLA⁹）をグランドオープンした。続いて 11 月には宿泊施設（サウナヴィラ）

⁸ ウェブサイト <https://www.aguri-24.store/%E4%BA%8B%E6%A5%AD%E5%86%85%E5%AE%B9/>

⁹ ウェブサイト <https://umegashima-drivein.jp/>

をグランドオープンした。かつて、この地域は人口減少が著しく、温泉街は寂れて農業も荒廃しており、地域全体の衰退が進んでいた。2011 年頃に地域貢献としてこの地域の廃業した民宿街の土地を購入していたことから、地域活性化に繋げるため、従前あったドライブインの復活及びサウナ施設の建設を決めた。既存の温泉施設等との差別化を図り、梅ヶ島へ集客するため、プライベート感のあるワンランク上のサウナとして展開する。アースシフトとして初となる観光事業への参入であるが、地域の力になるべく挑戦を続ける。

また、梅ヶ島には空き家となった別荘等が数多くあるが、各所有者は不動産売買の販路や営業手法を持ち合わせていない場合が多い。アースシフトの不動産事業の一環として、地域に点在している不動産情報を集約し、ドライブインで空き家情報として宣伝することを考えている。ゆくゆくは、そうした物件の修繕を請け負うこと等によって売上や利益を確保するという相乗効果を期待している。

② 取組の効果

農業生産法人の設立や不動産事業との相乗効果によって利益を生むことができ、安定した経営基盤の構築に繋がっている。さらに経営基盤が安定することで、手厚い福利厚生や最新機械の導入が可能となっている。

人材確保の状況も良好であり、継続的に採用人数を確保できている。最近では 2023 年 9 月と 10 月に各 2 名、11 月に 1 名、12 月に 2 名が入社した。売上高の堅調な増加とともに社員数も増加している。アースシフトは他業界からの転職者が多いが、本人のやる気があれば全く問題なく、入社 3 か月後に社長が各従業員と面談を行ってフォローしている。こうした地道な取組が奏功し、離職率は非常に低くなっている。

③ 今後の展望

アースシフトは 2023 年に創業 40 年を迎えたが、「職人」と「地域」を大切にすることを経営の根幹に据え、時代に合わせて社会から求められているものを常に考え、スピード感をもって経営した結果、事業領域が拡大した。アースシフトは 30～40 人の作業員を直接雇用しており、安定した仕事量を確保するという意味でも、今後も幅広い事業領域に積極的に取り組んでいく必要があると考えている。

現在は採用に苦戦していないものの、今後さらに人手不足が加速することは間違いなく、それを見据えた活動が必要だと考えている。アースシフトは異業種からの転職による中途入社が多いため、今後も他産業との関わり合いを深めながら、社会から広く興味を持ってもらえる会社にしていく方針である。社内教育を通じて業界未経験者が活躍できる体制を構築し、幅広い経験を持つ多様な人材を生かすことができる会社を目指す。

また、他産業の経営者と繋がりを持つことで自身の考え方が広がるため、常に「出会いに感謝」を心に留めて活動しており、より多くの経営者に様々な出会いを提供することを目指して

いる。「静岡をネットワークでつなげよう」という意味が込められた「シズネット」という静岡県内の40代の経営者を集めた異業種交流会が20年前に発足した。アースシフト社長が2023年春に南伊豆町の商工会議所で経営に関する講演を行った縁を活かし、今後、「シズネット」を通じて南伊豆町と静岡県の経営者が交流を持つことを構想している。

④ 今後の地域建設業のあり方

地域の中堅・中小建設企業は、人手不足など施工余力不足を理由に公共工事の入札に参加できない場合があり、その結果、入札企業が揃わずに入札が中止になるケースも珍しくない。こうした事情からも静岡県内の建設企業の施工余力の衰退が顕著であることが分かるが、様々な手法を駆使して、こうした状況を一刻も早く改善させる必要がある。

大手ゼネコンが各社の協力会社を成長させることが望まれるが、むしろ協力会社の事業規模は縮小しており、災害復旧工事を1件請け負うことが精いっぱいの零細企業が多くなっている印象である。現場代理人の常駐義務が緩和されたことについては、そもそも現場で業務を行う従業員が不足している状況のため、根本解決にはならないと考えている。建設キャリアアップシステムについては、蓄積したデータを地方公共団体の入札参加申請書に利用できる等プラスアルファの活用が可能となれば、地域の建設業者にとっても有益であると考えている。

(5) 株式会社深松組（宮城県仙台市）

株式会社深松組（以下「深松組」という。）は、建築・土木事業に限らず、不動産賃貸事業や再生可能エネルギー事業も手掛ける従業員数150名程度の企業である。

① 経営力向上へ向けた取組

(a) 富山県での小水力発電事業

深松組社長の故郷である富山県朝日町笹川地区は約105世帯が住む地域であるが、この地域の大きな課題が、水道事業に朝日町が関与していないことであった。簡易水道として住民が組合を組成し費用を出し合って水道を引いていたが、敷設後40年が経過していたため老朽化により限界を迎えていた。しかし、水道管更新には約3億円の費用がかかり、現在の高齢者しかない朝日町の住民が負担することは難しい状況であった。解決方法を模索していたところ、岐阜県の建設企業が、すみれ地域信託株式会社という金融機関をつくり、高山市と共同で水力発電事業に取り組んでいるとの情報を得た。水が豊富な朝日町にも発電可能な河川がないか確認した結果、1カ所だけ見つかったことから、その河川に水力発電所の建設を考えた。水力発電所の建設だけでも採算が取れる見込みが立ったが、地域にとってより良い事業とするため、同時に水道の整備も行うことを決意した。株式会社北陸銀行（以下「北陸銀行」という。）からも事業目的へ賛同を得たため、非常に低利で融資を受けることができ、2023年6月30日に竣

工し、発電を開始している。

また、この小水力発電事業には、信託会社も参画している。その理由は、発電所や水道の所有権を深松組が持つことで懸念されるリスクを、所有者を信託会社にすることで回避できるからである。なお、信託会社には倒産隔離機能があるため、20年間は安全、安心に現在の料金で水道を使用することが可能である。さらに、信託会社が所有権を持つことで、発電所の維持管理業務は信託会社から深松組への発注となるため、深松組の売上に計上することが可能となる。一方、日々の除塵業務等は地元住民によって行われており、仕事が乏しい地域における新たな雇用創出にも繋がっている。

この事業は日本初の取組であったため、プレスリリースしてから起工式と竣工式を行ったところ、60社に及ぶマスコミが取材に訪れ、NHKで全国放送されるなど、大きな注目を集めた。

(b) 大型複合施設「アクアイグニス仙台」の建設・運営

仙台市若林区藤塚地区は、東日本大震災当時は集落だったが、津波により全て流されてしまった場所である。東日本大震災時に深松組が同地区で築堤工事を手掛けていたという縁もあり、社長自身が近隣現場等を訪れる度に被災状況を目の当たりして、心を痛めていた。

そこで、仙台市が公募していた土地の利活用事業として計画・建設し、2022年4月21日に温泉・農園・レストラン等を備えた大型複合施設「アクアイグニス仙台¹⁰」を開業した。仙台を再生するという思いを込めた仙台 reborn 株式会社を、株式会社アクアイグニス及び株式会社福田商会と共同で設立して運営している。設備面では再生可能エネルギーの利用として「地中熱回収システム」が導入されている。これによって CO₂ 排出量、燃料費ともに 8 割減となり、大幅な経費削減効果が出ている。具体的には、温泉の排水やボイラーの排熱、湯気の地中熱を採取し、床暖房や農業ハウスの加温に活用している。この地中熱及び温泉排水熱による「地中熱回収システム」は、2022年に宮城県の「ストップ温暖化賞¹¹」を受賞した。

また、農業ハウス関係では世界初となるシステムの完成を目指している。通常、農業ハウス内の加温では重油ボイラーを焚くが、これは化石燃料を一切焚かず、太陽光集熱パネルにより、太陽の熱でお湯を沸かすシステムである。全国に耕作放棄地が多数ある現在、太陽面に設置することで大量のお湯の生成が可能であり、その結果、膨大な CO₂ 排出量及び燃料費の削減に繋がる。ハウス栽培を行っている農家等にとっても有益なシステムとなるため、現在、東北大学と宮城県庁と共に完成に向けて取り組んでいる。

¹⁰ ウェブサイト <https://aquaignis-sendai.jp/>

¹¹ ウェブサイト https://www.pref.miyagi.jp/documents/42983/221200_jyusyousya_hukamatu.pdf

図表12 アクアイグニス仙台



(出典) アクアイグニス仙台ウェブサイト

② 取組の効果

小水力発電事業への取組は、2つの大きな動きに繋がった。

1つは、富山県の南砺市と北陸銀行で業務提携が結ばれたことである。例えば、南砺市で橋梁補修工事の予算が無い場合に、橋梁補修事業をふるさと納税として、北陸銀行が東京や大阪の企業とマッチングするという取組が可能であり、今後、多くの地方公共団体でも実施される予定である。

2つ目は、富山県庁が富山県内で小水力発電が可能な場所を全て抽出し公表することで、民間企業による同様の取組を促進する動きである。朝日町と同様の状況にある限界集落は日本各地に多数存在している。今回実施した朝日町は社長の故郷のため課題や現状を把握できたことから深松組が自発的に解決に取り組んだが、一般的には地方公共団体が抱える課題やニーズを民間企業が把握することは難しい。そのため、このような取組を「企業版ふるさと納税」として全国的に実施することで、民間企業は節税に繋がるだけでなく、SDGs 目標達成に向けた施策としても有効である。

③ 今後の展望

東日本大震災の際、建設業協会では仕事を請けることができず、仙台市が50社超の会社との個別契約に労力を要していたことから、1本の契約で請け負うことが可能な「事業協同組合」を組織した。日常的な地域の維持は、その地域の小規模な会社が担っており、様々な規模や事業の建設企業が存在するからこそ地域を守ることができる。そうした慣習を守るため、経営者が先を見通すことができる環境をつくり、特に小規模な企業の経営者の安心を確保する必要があるとの考えから、地方公共団体に対して複数年契約での工事発注を要望している。3年契約の場合、その工事に携わる会社は3年先まで仕事の見通しを立てることができるため、仮に後継者が不在でも事業継続への意欲が増す。5年契約の場合、新たな企業の参入を避けられるため、当該契約企業が継続して仕事をできる。そうすることで、仕事を続けている限り収入を得られると認識され、事業を継続する会社が増えることが期待できる。既に栃木県では全ての維持工事が建設業協同組合による共同受注方式で発注されており、こうした動きが全国に広がる

ことが望まれる。

発注方式における総合評価の項目では、すでに国土交通省では ISO9001¹²は評価項目ではないが、県や市では評価項目である。ISO9001 認定取得には約 100 万円の審査費用がかかるが、小規模な会社ほど 100 万円という費用は負担が重い。関連する諸経費や現場の作業負担の削減に繋がることから、地方公共団体でも ISO9001 による評価の廃止を期待している。

④ 今後の地域建設業のあり方

地域が元気になれば設備投資意欲の増進につながり、地域と共に建設業も元気になる。また地域を元気づけることが建設業の役割であると考ええる。

また、今後は建設業だけでなく全ての産業で人手不足が進行することから、これからは業界を跨いで連携していく必要がある。例えば、それぞれの産業の繁忙期や閑散期にお互いの現場を行き来して助け合う等、他産業とともに維持・存続に向けた新たな仕組みを作り出すことが求められる。これ以上建設企業が減少した場合、本当に地域を守れなくなるため、絶対に食い止めなければならないという強い危機感と使命感を持つ。地域を守っていくうえでは、建設会社の存続に向けた施策を、今こそ官民一体となって取り組んでいかなければならない。

(6) 株式会社池内工務店（本社：兵庫県明石市）

株式会社池内工務店（以下「池内工務店」という。）は、戸建てやマンションなど住宅の設計・施工を中心に手掛ける従業員数 50 名程度の企業である。

① 経営力向上へ向けた取組

(a) ISO の認証取得等による競合他社との差別化

安定的な仕事量の確保に向けて、ISO の認証取得をはじめ他社との差別化を意識した事業活動を行っている。池内工務店は大企業の保有施設内での仕事が多いため、小規模な工事でも必ず ISO 関係の届け出を行う必要があるが、結果的に ISO 認証の取得が他社との差別化に繋がり、池内工務店の武器になっている。昨今、ISO 認証を返上する同業者もいるが、一般的に年に一度である ISO の外部審査を、池内工務店は半年に一度のペースで受けることで信用力の確保につなげている。

池内工務店が ISO の認証取得に取り組んだきっかけは、20 年ほど前に実施された発注者である大企業からのアンケート調査だった。当時は未達成項目が多くあったことから、このままでは今後仕事を受注できなくなるかもしれない、との危機感を抱き、速やかに認証取得に向けて取り組んだ。速やかな対応が評価され、発注者から発注者が所有する明石工場における協力

¹² ISO9001 とは品質マネジメントシステムを指し、他にも環境マネジメントシステムを指す ISO14001 などがある。

会の会長に任命されたこともある。

(b) 継続的な SDGs 活動の実施

池内工務店は30年以上前から日本赤十字社と共同で献血活動を行っており、毎年1m²以上の血液が集まっている。その他にも子育て支援事業への寄附等の積極的な取組が評価され、銀行からの推薦をきっかけに、兵庫県においてSDGs達成に向けた取組を推進している企業に認定されている。近年、SDGsに関する活動は大企業では当然に実施されているため、むしろ取り組んでいないことがマイナスの印象に繋がる可能性もあることから、大企業との取引継続にも影響を与えるものと捉えている。

(c) 「好事」及び「幸事」の商標登録

社長が発案したフレーズである、好きな事と書いて「好事」、幸いな事と書いて「幸事」を商標登録し、工事看板等に記載するなどして展開していく方針である。池内工務店は企業の工場内に工事看板を貼ることが多いため、発注者のみならず、工場に携わる方々に対しても良い印象を与えられることを期待している。

② 取組の効果

池内工務店は離職者が少なく、定着率も良い。現場監督の採用人数は、2021年2名、2022年3名、2023年3名と、順調な採用を継続しており、2024年は、作業員が1名、高卒が1名、現場監督が1名内定している状況である。池内工務店では、京都や大阪、広島から入社する従業員もいるため、コロナ禍で実施したウェブ説明会は広域の学生に参加してもらえることに繋がるため、手応えを感じたという。

従前、会社概要等が記載された会社案内のみを銀行へ渡していたときは、相見積もりや入札等の大規模な案件に関する紹介を受けることが多く、受注率が低いことが課題であった。2022年に新たなパンフレットを作成して以来、銀行からの紹介件数が大幅に増えた。まずは池内工務店が得意とする小規模な仕事を受注し、顧客との付き合いを続けるなかで規模の大きな仕事に繋げることが池内工務店の方針であり、実際、信頼関係の構築によって兵庫県外で工場や倉庫の建設依頼も受けているという。

特に工場では頻繁に些細なトラブルが発生するが、池内工務店の社員が日々どこかの工場で仕事をしている。ISO認証を取得した甲斐もあってお客様との信頼関係を構築でき、現地にいる担当者が直接お客様から仕事の依頼を受けることが多い。池内工務店には営業職の社員はいないが、お客様が困った時にすぐ駆けつけることが重要であり、それが1番の営業活動であると考えている。

③ 今後の展望

(a) サービス業と同水準の接客マナー習得による競争力の強化

今後、「建設業はサービス業」というフレーズを前面に掲げた事業活動を行っていく方針である。社員に対しては「建設業はサービス業」を引き続き発信するとともに、マナー研修の実施を構想している。ホテルマンを講師に招く等、新たな試みを実践したいと考えている。具体的にはサービス業のような接客マナーの習得が必要であり、社員がお客様や外部の方と接する際、デパートやホテル等の接客業と同様の振る舞いをする事ができれば、同業他社との間で差別化でき、競争力向上に繋がると考えている。

また、お客様の困り事に対応する仕事に対して、「感謝されて当たり前」という気持ちが社員から感じられることを懸念しており、意識転換に向けた教育を行いたいと考えている。中には自分が良い仕事をしたと感じた場合、自己満足で終わってしまう人もいるが、お客様としては、例え同じ仕事でもマナーの良い人による仕事の方が優れて見える場合がある。丁寧な接客マナーで対応した場合、この人が担当したからこそ良い仕事が出来たに違いないという評価に繋がることが期待できる。お客様の敷地内で仕事を行う場合も多いが、会社としてのイメージ向上や池内工務店従業員のマナー意識醸成にこれからも取り組んでいく。

(b) ベテラン高齢社員の活躍推進

来るべき社員の高齢化に向けて、現場作業は難しいが働く意欲のある70～80代の社員については、ベテランとしての知識を活かして建設ディレクターのような役割で書類の整備や写真整理等を担ってもらうことを期待しており、それに向けた社内体制の整備を目指している。

④ 今後の地域建設業のあり方

豪雨災害に関するテレビ中継を視聴していた際、映像にはダンプや重機が奔走する姿が映っていたが、消防や警察、自衛隊の活躍について言及されたのみであった。「建設業協会の協力も得ている」等の報道がなされて然るべきであるが、建設業の尽力について触れられることはなかった。建設企業の頑張っている姿を世間にアピールしていく必要がある。若者の入職促進にとってもこれまで以上に建設業の活躍がメディアに取り上げられることが期待される。

また、建設業は地域防災の一翼を担っているが、これほどまで建設企業が減少している現状においては、公共事業費で育成費や振興費等の名目のもと予算を加算してもらう等、建設業の維持に向けた支援を行うことに疑念を持つ余地はないと考える。公共事業のみならず産業振興全般に対する明石市の予算が少ないことを、地域の商工会議所メンバーも嘆いている。業界全体の人材確保に向けては、労務単価の引き上げとともに、産業振興自体に対する予算が確保されることが望まれる。

4. まとめ

アンケート調査及び取材によって、地域の中堅・中小建設企業が抱える課題や経営力の向上に向けた取組状況を詳らかにした。最後に本研究を通じて得られた今後の地域建設業のあり方を5点にまとめて結びとする。

① 地域の活気が建設業の存続に直結するため、地域活性化に向け地域貢献活動に参画する

地域建設業は地域と密着した存在であることから、建設企業が存続していくには、地域そのものに活力があることが重要である。地域が疲弊しては建設業の仕事も生み出されにくい。ため、地域の活性化に向けた活動を行うことが地元企業や住民等の設備投資意欲の向上につながり、結果として地域建設業にとっての持続的な成長や存続に繋がると考えられる。

② 地域課題の解決こそ地域建設業の役割であることを自覚する

地域建設業の役割は、地域の守り手であるとともに、地域が抱える課題の解決であると考えられる。公共工事のみならず、地域に根付いた地域建設業としての強みを活かし、それぞれの地域特性に即したかたちで解決に導くことで、地域社会からの信頼に繋がり、また、数多の地域課題と向き合うことで新たなビジネスチャンスの獲得にも繋がると考えられる。

③ 地域や業種を跨いだ広域な企業間における交流や連携を強化する

建設業界内における地域を跨いだ交流は勿論、今後は他産業との積極的な交流による情報交換や連携した活動を行うことも重要になると考えられる。また、全産業で人手不足が加速する状況においては、限られた労働力をお互いに工面し合う等、各産業の維持に向けた新たな体制の構築が必要となるかもしれない。

④ 地域に根差したブランディングやイメージアップへの取組を推進する

地域の基幹産業として社会から認知され、若者に支持される魅力ある産業となるべく、一般の方への魅せ方を意識し、地域住民や企業、学生等からの知名度向上に向けた取組を行うことが重要である。また、担い手確保を目的とした若者からの知名度獲得には、中学生など進路決定前の比較的早い段階からのアプローチも有効であると考えられる。

⑤ 人材育成の強化や人事制度の整備等、社員の実情に即した施策を実施する

社員教育や人事制度の整備等においても、社会環境の変化や社員の意識変化等に適応した、当事者目線に立った施策の実施が求められる。それにより、老若男女問わず多様な社員のモチベーション向上や会社への帰属意識の上昇につながり、離職防止や生産性向上といった効果も期待できると考えられる。