

第3章 建設業就業者の現状と課題

Theme 7 『建設業における人材確保と職業訓練』

はじめに

日本では少子高齢化が進行し、人手不足が問題となっているが、建設業においても人手不足は深刻な問題である。このような状況において、企業による採用の強化が重要であることは然ることながら、採用した人材の教育訓練を行い、定着させることも重要である。

本調査研究では、「採用」と「職業訓練」の2つの視点での「人材確保」に関する調査を行い、専門工事会社の採用に関する取組や課題等の実態把握を行うとともに、職業訓練校の取組や課題等の実態把握および今後の教育訓練のあり方について提言を行った。

なお、本調査研究に当たっては多くの専門工事会社や職業訓練校より、アンケート調査やヒアリング、資料提供にご協力いただいた。ここに深く感謝の意を表したい。

1. 専門工事会社における人材確保の実態把握

(1) 人材確保に関する情報の整理

① 高校新卒者の求人倍率について

図表1は大卒（大学院卒を含む）、高卒（高校全体）、高卒（工業高校）の求人倍率の推移を比較した表である。大卒の求人倍率は2003年は1.35倍、2024年は1.75倍となっている。

一方、高校全体の求人倍率は2003年は1.26倍、2024年は4.1倍と、大幅に上昇していることがわかる。また、工業高校のみの求人倍率を見てみると、2003年の3.3倍に対し、2024年には31.9倍とさらに大幅に上昇しており、高校新卒者の中でも特に工業高校卒業者の採用需要が高まっていることがわかる。

② 学科別の高校卒業者の就職状況について

文部科学省「高等学校卒業予定者の就職内定状況¹」によると、普通科における2020年度の卒業生数は746,409人、就職希望者数は53,802人、2024年度の卒業生数は698,008人、就職希望者数は42,133人であり、5年間で卒業生数は約4.8万人の減少、就職希望者数は約1.2万人の減少となっている。工業系学科においては2020年度の卒業生数は76,430人、就職希望者

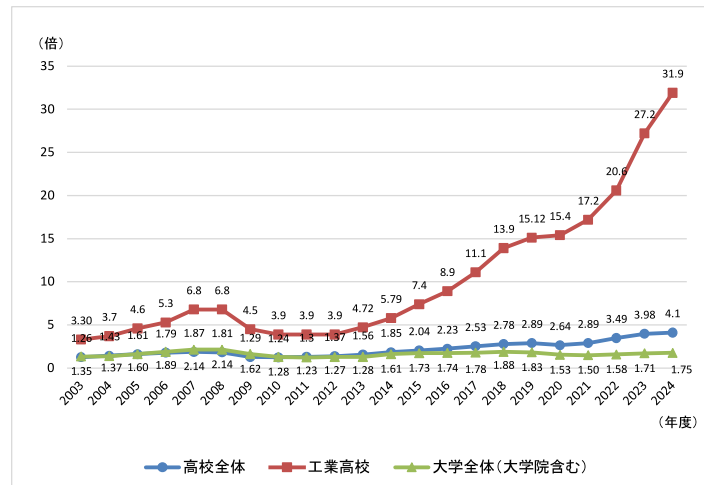
¹ 文部科学省「高等学校卒業予定者の就職内定状況」

https://www.mext.go.jp/b_menu/toukei/chousa01/kousotsu/1263034.htm

数は49,603人、2024年度の卒業生数は63,990人、就職希望者数は40,435人であり、5年間で卒業生数は約1.2万人の減少、就職希望者数は約0.9万人の減少となっている。また、総合学科においては2020年度の卒業生数は53,560人、就職希望者数は13,815人、2024年度の卒業生数は48,124人、就職希望者数は11,191人であり、5年間で卒業生数は約0.5万人の減少、就職希望者数は約0.3万人の減少となっている。

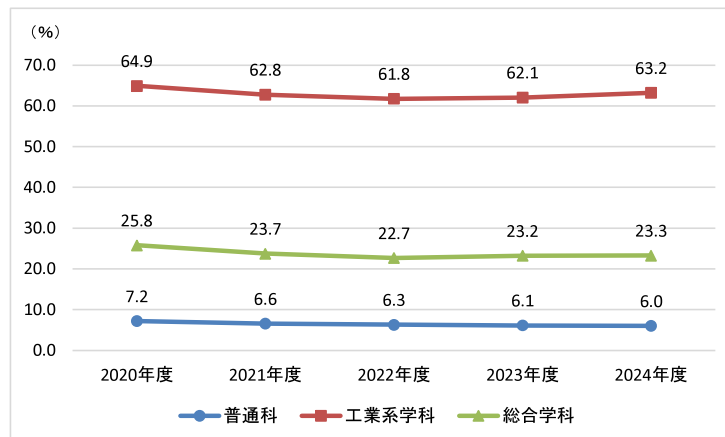
次に、図表2は普通科、工業系学科、総合学科の就職希望率の推移を示している。先述の通り、普通科と比較すると工業系学科や総合学科では卒業生数は少ないが、就職希望率が高いことがわかる。

図表1 大卒・高卒の求人倍率



(出典) 厚生労働省『『高校・中学新卒者のハローワーク求人に係る求人・求職・就職内定状況』取りまとめ』、公益社団法人全国工業高等学校長協会「卒業生等に関わる状況調査(令和7年10月)」、リクルートワークス研究所「第42回 ワークス大卒求人倍率調査(2026年卒)」を基に当研究所にて作成

図表2 高校卒業生の学科別就職希望率



(出典) 文部科学省「高等学校卒業予定者の就職内定状況」を基に当研究所にて作成

③ 高卒就職のトレンドについて

建設産業人材確保・育成推進協議会が全国の建設系高等学校（学科は土木及び建築等、建設系学科に限る）に在籍する3年生の生徒を対象に実施したアンケート²によると、就職や進学等の高校卒業後の進路決定において影響を受けたことは、図表3のとおり「親（保護者）」、「学校の先生」の回答が多くなっており、身近にいる大人の影響を大きく受けていることがわかる。次いで「現場見学会・出前講座等の体験」、「インターネットやSNS」が続いており、実際の見聞や体験、インターネットやSNSを活用した広報活動の重要性が見て取れる。

図表3 高校卒業後の進路を決めるに当たり、主に影響を受けたこと



(出典) 国土交通省「第3回若年者入職促進タスクフォース会議資料」

次に、株式会社ジンジブ（以下「ジンジブ」という。）が「ジョブドラフト Fes2025」³に参加した高校生のうち就職希望者を対象に実施したアンケート⁴によると、高校生が就職活動において主に利用している情報源としては「求人票（75.5%）」が最も回答が多く、次いで回答が多い「会社のホームページ（25.1%）」、「求人サイト（24.1%）」を大きく引き離している。

高校生の就職活動は、企業がハローワークに求人票を登録の上、その求人情報を学校へ伝達し、就職希望の生徒が学校を通して応募する学校斡旋（図表4）が一般的である。また、一部の地域を除いては9月の応募開始時期に応募できるのは原則、1人1社の「1人1社制」（図表4）となっている。10月以降は追加で応募ができるが、それでも多くの都道府県では1人2～3社までとなっている。このような就職活動に関するルールが存在するため、就職活動時期に

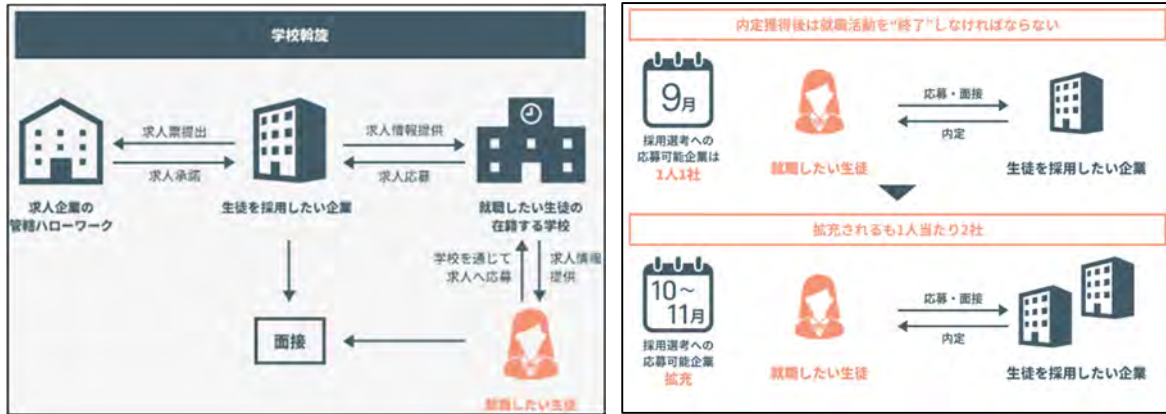
² https://www.mlit.go.jp/tochi_fudousan_kensetsugyo/const/content/001977252.pdf

³ ジョブドラフト Fes <https://jinjib.co.jp/service/recruitsupport/jobdraftfes>

⁴ <https://jinjib.co.jp/archives/23402>

利用する情報源としては求人票が主となっているといえるだろう。

図表4 学校斡旋について（左） 1人1社制について（右）



(出典) ジンジブ ウェブサイト「高卒採用のルール」(https://jinjib.co.jp/business/rule)

続いて、同アンケートによると、高校生が企業選びで重視することとしては、回答数の多い順に「給与（64.5%）」、「休日日数（62.9%）」、「仕事内容（54.0%）」となっている。同社では2023年にも「ジョブドラフト Fes 2023」に参加した高校生にアンケート⁵を実施しており、同様に企業を選ぶ決め手に関する質問を行っている。その際の結果は回答数の多い順に「給与（60.9%）」、「仕事内容（職種）（53.7%）」、「年間休日（52.7%）」となっている。休日日数に関する回答が2023年から2025年にかけて順位を上げていることから、高校生が企業を選ぶ際にワークライフバランスを重視する傾向が強まっていることがうかがえる。

④ 入社後に感じるギャップ

ジンジブが、高卒の新社会人の研修「ROOKIE' S CLUB⁶」に参加した2024年4月入社の高卒社員を対象に実施したアンケート⁷によると、高卒社員が入社後に感じるマイナスのギャップとしては「仕事の難しさ」が最も回答が多かった。このようなギャップを小さくするためには、企業による出前講座やインターンシップによる実体験を通じた仕事の理解、さらには入社後の教育訓練の実施等が必要なのではないだろうか。入社後のギャップは離職にもつながる可能性があり、人材確保については単に採用人数を増やすだけでなく、入社後の定着に向けた取組も重要であると考えられる。

⁵ https://jinjib.co.jp/archives/10221

⁶ 株式会社ジンジブ「ROOKIE' S CLUB」 https://jinjib.co.jp/service/development/rookiesclub

⁷ https://jinjib.co.jp/archives/12502

(2) アンケート調査

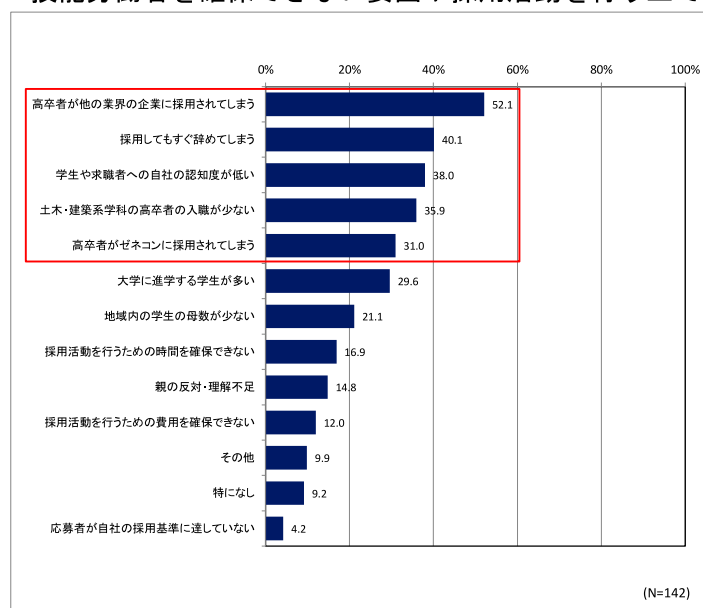
調査目的	専門工事会社における採用の状況や取組、課題等の実態把握
調査対象	一般社団法人 建設産業専門団体連合会会員団体の会員企業
有効回答数	167件（うち、技能労働者を直接雇用している企業は142社）
調査期間	2025年8月1日～9月7日
調査方法	WEB調査
主な質問内容	・新卒採用における障壁や課題 ・採用活動や、求職者への企業認知度向上を目的に行っている取組 ・人材確保や人材定着を目的に行っている取組

（注）なお、本節で示す設問については、本アンケート調査への回答 167 件のうち、技能労働者を直接雇用している 142 社への設問である。また回答は複数回答可としている。

① 新卒採用において十分に技能労働者を確保できない要因や採用活動を行う上での障壁

図表 5 のとおり、「高卒者が他の業界の企業に採用されてしまう」と 52.1%の企業が回答していることから、建設業の魅力不足が考えられる。また、「高卒者がゼネコンに採用されてしまう」の回答率も 30%以上であり、ゼネコンも高卒者の採用に注力しているといえる。加えて、「学生や求職者への自社の認知度が低い」も回答率も 30%以上である。また、「採用してもすぐに辞めてしまう」の回答率は 40%以上であり、定着の点も課題に感じている企業が多い。

図表5 技能労働者を確保できない要因や採用活動を行う上での障壁

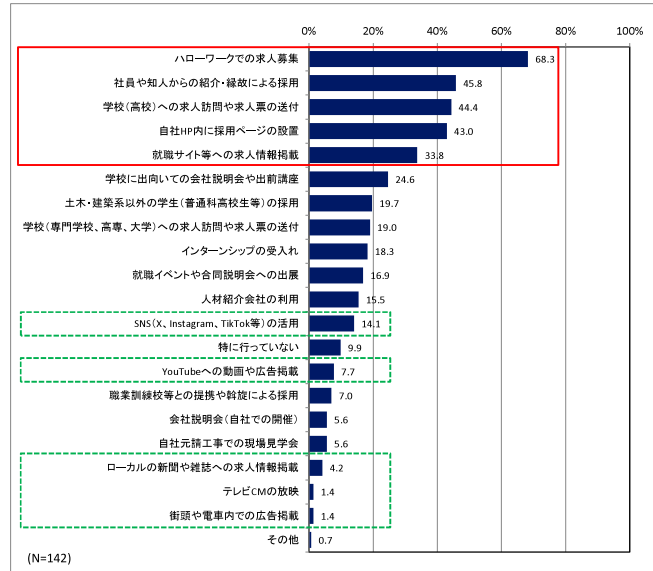


② 技能労働者について、採用活動や求職者への企業認知度向上を目的に行っている取組

先述のとおり、人材を確保できない課題を抱えている反面、「ハローワークでの求人募集」、「高校への求人訪問や求人票送付」等、基本的な取組は行うものの、それ以上の取組を行っている企業は多くないことがわかる。「自社の認知度が低い」という課題に対しても、「ローカルの新聞や雑誌への求人情報掲載」、「テレビ CM の放映」、「YouTube への動画や広告掲載」、「街

頭や電車内での広告掲載」等の広告・宣伝に取り組んでいる企業は少ないといえる（図表6）。

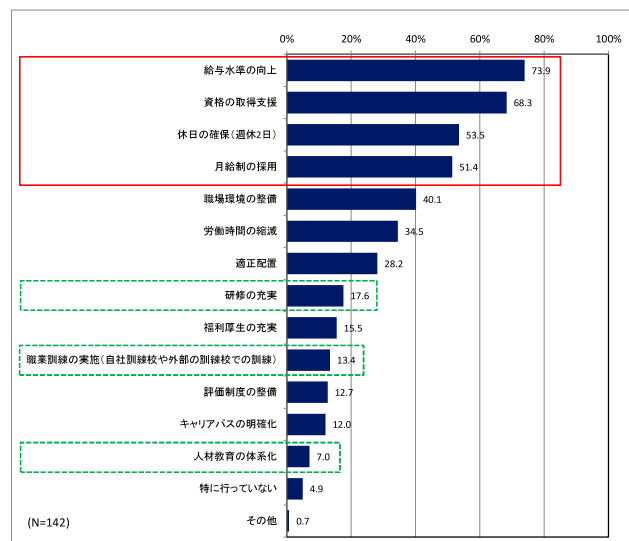
図表6 採用活動や求職者への企業認知度向上を目的に行っている取組



③ 技能労働者について、人材確保や人材定着を目的に行っている取組

50%以上の企業が、「給与」、「休日」、「資格の取得支援」といった処遇改善に取り組んでいる一方、「研修の充実」、「職業訓練の実施」、「人材教育の体系化」の回答は10%台以下にとどまっており、人材教育に注力している企業は多くないことが推察される。このような結果が「採用してもすぐに辞めてしまう」という結果につながっていることも考えられる（図表7）。

図表7 人材確保や人材定着を目的に行っている取組



(3) 専門工事会社、工業高校へのヒアリング

採用戦略の改革により人材確保に成功した企業や、「2.職業訓練の実態把握と今後のあり方」の中で紹介する職業訓練校の共同運営企業に対し、各社の人材確保に関するヒアリング調査を行った。また、東京都立墨田工科高等学校（以下「墨田工科高校」という。）に対して高校生の就職に関する実態についてヒアリング調査を行った。

① オノエンタープライズ株式会社

▶所在地：新潟県胎内市羽黒 1862-17

▶事業内容：土木・建築工事における土工事、型枠工事、仮設工事、コンクリート工事等
仮設材、土木建築資材、安全用品等の販売・リース、損害保険、生命保険代理店

(a) 技能労働者の新卒採用における障壁

大手ゼネコンも地元の専門課程の高校に求人を行っている。大学へ進学しても大手ゼネコンに就職できるとは限らないため、進学せずに高卒で大手ゼネコンに入社した方が良いのではないかと考える保護者や就職指導の教員もあり、大手企業との競争が激化している。保護者の意見の影響は大きいと感じる。

また、毎年約2.5～3%の昇給は行っているが、大手企業と同等の処遇にはできていない。

(b) 採用や認知度向上のために行っている取組や工夫

求人・広報のポスターのJRの各駅への掲示を行っている。高校生の場合、給料よりも地元で働くことを優先する方もいるので、生徒や保護者に認知されることが大事だと考えている。ウェブサイトで会社名を知ってもらう必要もあるが、会社名を知らなければウェブサイトへアクセスされない。そこで地元の高校生や住民が利用する駅にQRコード付きのポスターを掲示した。その結果、アクセス数は2倍以上になった。

ウェブサイト内のブログの月3回の更新や、地域情報サイトへのニュースの投稿も行っている。ウェブサイトの情報発信については、企業の数字の見える化や、日常の出来事、若年者の育成に関すること、社内の雰囲気や伝わる内容を掲載するようにしている。

(c) 人材定着のために行っている取組や工夫

入社後約2か月の社内外研修、若手社員のみでの定期的な意見交換会を開催している。資格取得支援も行っており、講習料の会社負担や、毎月の給料での資格手当の付与等を行っている。

(d) 採用や定着における課題

どのような取組や工夫を行えばいいのかというトレンドの把握や、経験者採用の方法に課題

を感じている。また、胎内市は人口3万人未満であり、新潟市から胎内市への人口流入は限定的であり、新潟市には地場ゼネコンや専門工事会社も数多くある。そのため、新潟市まで手を広げるよりはターゲットを絞った方が良いと考えている。

(e) その他、採用や定着における考えや意見等

人材育成や広報戦略に費用を投じることで人材の獲得につながるのではないかと考える。資金的な事情はあると思うが、ハローワークでの求人募集だけでは人材は減る一方だと思う。広報活動についても単に情報発信ではなく、産学連携での学校キャラバン、体験学習、インターンシップ等の取組を、小学校、中学校も対象に実施することが必要不可欠であると感じる。

② 山田板金工業株式会社

- ▶所在地：青森県五所川原市大字浅井字種取 56・2
- ▶事業内容：金属外装事業・鋼構造物事業

(a) 技能労働者の新卒採用における障壁

高校卒業後、進学する方が増えている。五所川原市の昨年度の高校卒業者は約800人であり、そのうち約6割が進学している。残りの約300人が就職しているが、そのうちの約7割が県外へ就職しており、地元に残る方は数十人程度にとどまる。

また、建設業は保護者のイメージも悪く、他産業への就職者も多い。さらに、県外の大手ゼネコンや地元のゼネコンに就職している方もいると思う。専門工事会社への就職が少ないのは認知度の低さも理由の1つだと思う。

(b) 採用や認知度向上のために行っている取組や工夫

ハローワークや県主催の企業PRイベント、「一般社団法人青森県専門工事業担い手確保推進協議会⁸」の企画への参加、高校や専門学校、地元の大学への求人訪問等を行っている。

また、InstagramやTikTok等のSNSの活用も行っている。20代の若年層の人材を求めており、その年齢層へのPRや認知度向上を考えると、会社の説明や実績の話では若年層には興味を持ってもらえないと思っている。そのため、TikTok等でとにかく「おもしろそうな会社」と思ってもらえるような内容を発信している。そのような内容であれば見てもらえるし、「何の会社かはわからないけど、おもしろそう」と思ってもらえれば、リンクから調べてもらえる、という狙いがある。企画や動画編集は社内の若手のチームで行っている。SNSの活用を始めてからウェブサイトへのアクセス数は増加しており、特に動画投稿直後はウェブサイトのアクセス数も増加する傾向がみられるため、効果はあると感じている。

⁸ 一般社団法人青森県専門工事業担い手確保推進協議会 <https://ninaiteaomori.com/>

(c) 人材定着のために行っている取組や工夫

給料は地元の同業他社の中では高い水準だと思う。休日は4週6休を必ず取得するようにしている。来年度あたりからは完全週休2日にしたいが、現場からは「業務量が減るわけではないので、その分時間外労働が増えてしまう」という声もある。資格取得費用の会社負担や基本的な福利厚生を導入は行っている。社員が喜んで働くことができるよう努力はしており、それが新人の確保にもつながる。先輩に良い会社だという話を聞いた後輩が入社してくれることもある。在籍している社員が満足すれば、新しい社員を引っ張ってくる効果もあると思う。

(d) 採用や定着における課題

高校生の進学率が上がり、採用が困難になってきているため、昨年から大学へも求人票を提出しているが、大卒人材に適した給料や仕事内容の整備が必要だと考えている。最近では社内でDXの取組も進めており、そのような部署だと大卒人材に活躍してもらえないのではないかとと思う。良い人材を採用しても仕事に満足できなければ他社に転職してしまうため、技術を持った人が満足できる業務や受入態勢を整備する必要があると考える。

③ 有限会社湯浅鋳金工作所

- ▶所在地：大阪府大阪市東淀川区下新庄3丁目9番65号
- ▶事業内容：空調設備工事（ダクト工事）

(a) 技能労働者の新卒採用における障壁

現在は中途採用のみであるが、将来的には新卒採用を行うことを検討している。その際の障壁だと感じていることは、建設業は「休みが少ない」、「暑い日も寒い日も現場で働く」という特有の労働条件であるにもかかわらず、他産業と比較して給料が高いとは言えない点が挙げられる。

また、ゼネコンやサブコンが大卒人材の採用に苦勞しており、工業高校卒や高専卒の人材も採用しているため、中小企業や零細企業は選択されづらいことや、高校生の母数が減少していることも障壁である。

(b) 採用や認知度向上のために行っている取組や工夫

採用人数は2024年が3名、2025年が5名と、直近2年を比較すると2名しか差がないが、応募者数は2024年が約5名、2025年が約15名と、大きな差がある。2024年はハローワーク、バイトル⁹、助太刀¹⁰で求人を行ったが、応募者の年齢層がターゲットより高く、多額の費

⁹ ディップ株式会社が提供するサービスの一つである。 <https://www.dip-net.co.jp/>

¹⁰ 株式会社助太刀が提供するサービスの一つである。 <https://suke-dachi.jp/>

用もかかった。そのため2025年からはSNSを主たる採用手段とする方向にシフトした結果、経験者や20代後半の、ターゲット層からの応募が増え、SNSの効果を感じている。

主に活用しているSNSはInstagramとTikTokである。現場では休憩中にスマートフォンで動画を視聴している職人が多いため、ショート動画を中心に、SNSでの投稿を行っている。まずはショート動画で認知や興味を持ってもらい、そのうえで深掘りしてもらうことで、応募につながると考えている。また、SNS運用のノウハウが不十分であるため、SNS運営のコンサル企業に撮影や製作を委託しており、そのノウハウを取り入れながらどのような動画を作成するか検討している。SNS開設から6か月でTikTokとInstagramのフォロワーは1,700人以上となった。InstagramよりもTikTokの方がフォロワー数が増加しやすい。動画の累計視聴数は約149万再生、「いいね」の数は8,600件以上、コメント数は約440件である。視聴者の年齢層は、18～24歳が約22%、25～34歳が約36%、35～44歳が約19%となっており、採用のターゲットとしている年齢層の視聴者が多い。また男女比は、男性が約92%、女性が約8%となっている。現在は応募者の約8～9割がSNSを見て応募している。

また、企業イメージ向上のため、ユニフォームや備品のデザイン、ウェブサイト製作にも注力している。

(c) 人材定着のために行っている取組や工夫

相談や愚痴を言える仲間が必要であると考え、1人採用した場合には2～3か月以内にもう1人採用する等、なるべく同期ができるようにしている。

その他、隔週休みを基本とした土曜休日の確保や、休日を確保しながらの賃金アップ、また喫煙所や休憩時間に社員と話をする等の経営層による1on1面談を行っている。

(d) 採用や定着における課題

新人教育や、次世代の職長への技術承継に課題を感じている。新人教育についてはマニュアル等を作成しているが、ダクト工事の場合、高所作業車に乗って施工するため、新人は下から見ても上でどんな作業をしているか十分に把握できない。工場であれば横に付いて教えることや、動画を撮影することもできるが、ダクト工事では現場での教育は困難だと感じる。また、言語化する習慣のないベテランの職人が次世代の職長へ技術承継することは困難だと感じる。

(e) その他、採用や定着における考えや意見等

SNSの発信においても、結果を出すためには経営者が自分の言葉で語る等、経営陣の姿勢が重要だと考えており、それを見ると従業員も協力してくれると思う。SNSの発信は「魅せ方」も重要であるが、「中身」が伴っていないと意味がなく、入社後のギャップがあると、人材の定着にはつながらないと思う。そのため、「休日」、「賃金」、「働きやすい職場の雰囲気」等、より良い会社にしていく努力を続ける必要があると感じている。

④ 田村建材株式会社

- ▶所在地：福島県いわき市内郷綴町金谷1番地の7
- ▶事業内容：建築工事の施工、建設・土木資材の販売

(a) 技術者の新卒採用における障壁

以前は技能労働者も在籍していたが、現在はおらず、採用も技術者のみである。

新卒採用における障壁としては、建設業の人気の低さや、若年層の県外流出、進学率の上昇が挙げられる。工業高校の建築科を卒業しても、建築以外の専門学校や大学に進む方もいる。また、給料水準の高い大手ゼネコンによる採用も障壁だと感じている。

(b) 採用や認知度向上のために行っている取組や工夫

採用サイト、就職情報サイト、若手社員による SNS の運用等を行っている。さらに、Jリーグの J2 所属チームである「いわき FC」のパートナー企業であり、「いわき FC PARK¹¹」で年1回、高校生のサッカーフェスティバルを開催している。県内の高校のサッカー部を招待し、企業の認知度アップを図っている。

また、採用においては、内定前に、社長及び人事部長、学生、保護者の三者面談を行い、子どもを安心して入社させられるよう、保護者にも会社を知ってもらう機会を設けている。三者面談は学歴関係なく実施している。保護者と事前に話をするすることで、入社後に子どもの様子に異変を感じた時に、保護者から会社に連絡をもらうことも可能となる。

(c) 人材定着のために行っている取組や工夫

資格取得支援や福利厚生の実施に取り組んでいる。また、年2回、社長が全社員と面談を行い、会社や社長への要望を聞いたり、社員の健康状態を把握したりしている。社長と直接話ができる機会を評価する声も多く、面談で挙げた意見がきっかけでつくられた制度もある。

新入社員の教育は、入社後約1週間、富士教育訓練センター¹²での研修を実施している。

⑤ 東京都立墨田工科高等学校

- ▶所在地：東京都江東区森下5-1-7
- ▶設置学科：機械科、自動車科、電気科、建築科

(a) 就職状況について

「(a)就職状況について」は、ヒアリング時に提供された資料やウェブサイト掲載資料を基に

¹¹ いわき FC PARK <https://iwakifcpark.com/>

¹² 富士教育訓練センター <https://www.fuji-kkc.ac.jp/>

当研究所にて整理した。

図表8は墨田工科高校の就職希望者数と求人数を整理した表である。まず、卒業予定者数の減少から、生徒数は減少傾向であることがうかがえる。また、過去5年間の就職希望者比率は2023年度を除いて90%以上を維持しており、多くの生徒が進学ではなく就職を選択している。

一方、生徒数の減少に反して、求人件数は年々増加傾向にある。2020年度と2024年度を比較すると2,258件（約1.7倍）の増加であり、就職希望者95名に対して求人件数は5,500件と、高卒人材の需要の高まりが見て取れる。

図表8 墨田工科高校の就職希望者数と求人数

年度	卒業予定者数	就職希望者数 (カッコ内は建築科の就職希望者数)	就職希望者比率 (就職希望者/卒業予定者)	求人社数	求人件数
2020年度	151名	136名(31名)	90.07%	1,876社	3,242件
2021年度	139名	126名(20名)	90.65%	1,836社	3,313件
2022年度	156名	143名(25名)	91.66%	2,044社	3,832件
2023年度	142名	126名(21名)	88.73%	2,255社	4,882件
2024年度	99名	95名(14名)	95.96%	2,640社	5,500件

(出典) 墨田工科高校提供資料、墨田工科高校のウェブサイト掲載資料を基に当研究所にて作成

墨田工科高校では「建築科」の生徒は他業界ではなく建設業界を選択することが多い。最近ではスーパーゼネコンや準大手ゼネコン、大手ハウスメーカーの「施工管理職」等の技術職や、建設関連の大手企業等も就職先として挙がっている。

(b) 就職活動について

生徒の就職活動の手法にこれまでと大きな変化はなく、学校への求人票を提出している企業でなければ、学校からの斡旋ができないため、就職希望の学生は学校に届いた求人票から応募先を探している。求人票は「Handy 進路指導室¹³」に取り込み、生徒はWEB上で求人情報を閲覧することができる。また、現在は企業から学校への求人票の提出は郵送や持参による紙での提出と「Handy 進路指導室」を通したWEBでの提出となっているが、来年以降は紙での提出ではなく「Handy 進路指導室」を通したWEBでの提出中心にしていく予定である。

就職先を決定する上で、保護者の意見は影響が大きいと考えられる。また、給与だけでなく休日日数や福利厚生、勤務地等も重視する傾向にあると思われる。

¹³ Handy 進路指導室 <https://handy.school/>

(c) 専門工事会社への就職について

墨田工科高校の建築科ではゼネコン等への就職もあるが、半数近くは専門工事会社へ就職している。ゼネコンの出前講座は多くはないが、専門工事会社の出前講座は年間複数回実施されており、実習を通して企業を知ることや入社後のミスマッチを防ぐ効果は大きいと思う。

(d) 企業へのアドバイス

「Handy 進路指導室」では求人票だけでなく会社案内等も掲載できる。例えば1日、1週間、1年のスケジュール等を写真付きで掲載する等の工夫も有効ではないかと思う。

また企業の人事担当者だけではなく、年齢の近い卒業生がリクレーターとして来校し、在校生に直接説明してくれるのは効果的だと思う。そのような卒業生が在籍している企業は選ばれやすいと思う。

(4) まとめ

本調査研究において得られた結果を基に、「高校新卒者確保に向けた取組」、「SNSの活用や広報戦略による認知度向上の取組」、「採用後の定着率向上に向けた取組」について整理を行う。

① 高校新卒者確保に向けた取組

高校新卒者を確保する上で必要な取組として、1つ目は「保護者へのアプローチ」である。先述のとおり、進路を決める上では多くの生徒が保護者の意見に影響を受けている。ヒアリングを行ったオノエンタープライズ株式会社では生徒だけでなく保護者の認知度向上に向けた求人・広報のポスターの駅への掲示を行う取組や、田村建材株式会社（以下「田村建材」という。）では保護者にも会社を知ってもらう機会として、内定前の三者面談実施の話をうかがった。このように、生徒だけではなく保護者を含めた認知度向上や就職活動段階でのフォローが必要であると考えられる。

2つ目は「求人票作成や魅せ方の工夫」であると考えられる。高校生の就職活動は原則「1人1社制」と応募機会に制約があり、学校斡旋により選考を受ける方法が一般的である。実際、高校生の就職活動における情報源として最も高い割合を占めるものが「求人票」であった。しかし、工業高校の求人倍率は30倍を超えていることや、墨田工科高校では2024年度の求人数が5,500件であることから、単に求人票を届けるだけでは、多数の求人の中に埋もれることが予想される。

現在は墨田工科高校で活用している「Handy 進路指導室」のように、求人票をスマートフォンやPCを介してWEB上で閲覧している場合も多い。このようなシステムを活用し、写真や動画等、視覚的に企業を知ることができるコンテンツを掲載することで、企業や仕事内容につ

いてイメージしやすくなり、応募につなげることができるのではないかと考える。また、SNS や YouTube 等を活用している企業では、企業名が認知されていない段階ではこれらのコンテンツが視聴されることは難しいが、求人票に URL 等を掲載することで、流入を促進できるのではないかと考える。

3つ目は「ターゲットの拡大」である。工業系学科の就職希望者比率は60%台と高い割合であり、実数で見ても例年40,000人以上が就職を希望している。しかし、工業高校の求人倍率は30倍を超えており、採用のハードルは非常に高い。そのような状況において、普通科にもターゲットを広げている企業もあるが、普通科は生徒の母数は多いが、就職希望者比率は約6%と低い。そこで、先述の「総合学科」では就職希望率が20%台と普通科よりも高いため、工業高校や普通科と併せてターゲットにするのが良いのではないかと考える。

最後に「ゼネコンとの競合」である。アンケートでも多くの専門工事が「高卒者がゼネコンに採用される」ことを障壁に感じており、また墨田工科高校の建築科の生徒の就職先としてもゼネコンやハウスメーカーの「施工管理職」等の技術職が就職先として挙がっている。そこで、専門工事が就職先として選ばれるためには、「出前講座」等が有効ではないかと考える。墨田工科高校へのヒアリングでうかがったように、出前講座では実際の体験を通して仕事内容を知ることができ、入社後のミスマッチを防ぐことも可能になると考える。しかし、出前講座を実施する場合、企業には費用面やマンパワー等の負担が生じることが想定され、中小・零細企業にとっては個社での実施が簡単ではないことも考えられる。その点については、「2.職業訓練の実態把握と今後のあり方」においても触れるが、職業訓練校や組合が主体となって出前講座を行うことは個社の負担軽減につながる有効な施策だと考える。

現状、ゼネコンと専門工事で高卒就職希望者を取り合っている状態にもなっているため、この点については業界全体として問題解決に向けて動く必要があるのではないかと考える。

② SNS の活用や広報戦略による認知度向上の取組

実施したアンケートにおいて、技能労働者を確保できない要因や障壁として38%の企業が「学生や求職者への自社の認知度が低い」と回答した一方、採用活動や求職者への企業認知度向上を目的に行っている取組についてはテレビCMやYouTubeへの広告掲載、街頭や電車内の広告掲載、SNSの活用等、広報戦略の取組を行っている企業は少ない。自社の認知度が低いことを認識していながらも、改善に向けた取組ができていない企業が多いことがうかがえる。

まず「SNSを活用した広報戦略」について考える。総務省情報通信政策研究所の「令和6年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書¹⁴」（以下「同調査報告書」という。）より引用した図表9は「令和6年度の主なメディアの平均利用時間（平日）」を表している。10代から50代では「ネット利用時間」が「テレビ視聴時間」を上回っており、特に10代

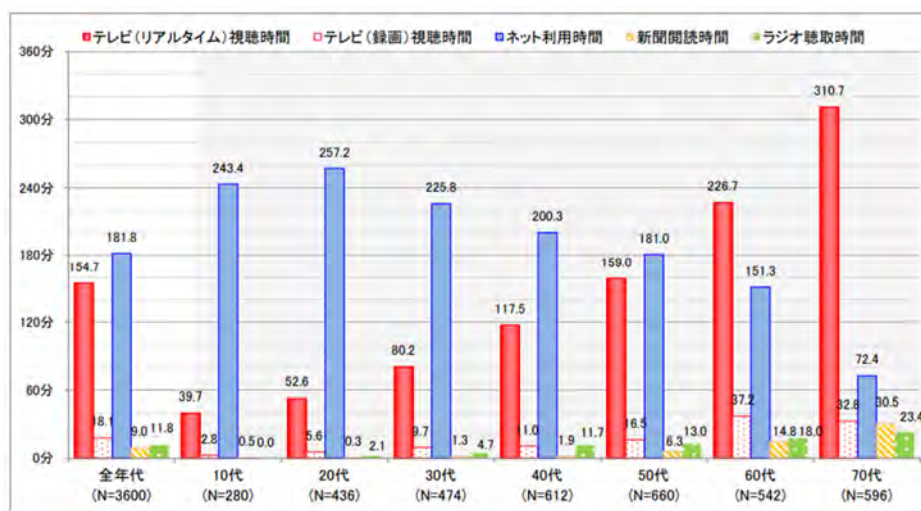
¹⁴ 総務省情報通信政策研究所「令和6年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」
https://www.soumu.go.jp/main_content/001017241.pdf

から30代はその差が顕著であることから、一日の中でネットを利用する時間が長いことがわかる。このデータから、広告・広報を行う媒体としてはテレビよりも、ネットの方が目にとまりやすく、高い効果を期待できると想定される。

次に同調査報告書で示される「令和6年度のインターネットの利用項目別の平均利用時間（平日）」において、10代から30代では「動画投稿・共有サービスを見る」、「ソーシャルメディアを見る・書く」が上位となっており、インターネット利用時間のうち、動画視聴やSNS等の利用が大部分を占めていることがわかる。つまり、日常的に目に触れやすいコンテンツとしては、動画やSNSでの投稿等が有効であると考えられる。

次に示す同調査報告書から引用する図表10は「令和6年度の主なソーシャルメディア系サービス・アプリ等の利用率」を表している。LINEを除くと最も利用率が高いのは各年代とも「YouTube」である。10代から20代の若年層においては「X（旧Twitter）」、「Instagram」、「TikTok」の利用率が高くなっている。

図表9 令和6年度の主なメディアの平均利用時間（平日）



(出典) 総務省「令和6年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」

図表10 令和6年度の主なソーシャルメディア系サービス・アプリ等の利用率

	全年代(N=1,800)	10代(N=140)	20代(N=218)	30代(N=237)	40代(N=306)	50代(N=330)	60代(N=271)	70代(N=298)	男性(N=899)	女性(N=901)
LINE	91.1%	93.6%	97.7%	97.9%	94.8%	94.5%	91.1%	71.8%	88.4%	93.7%
X(旧Twitter)	43.3%	62.1%	78.0%	61.6%	48.7%	43.6%	22.1%	8.1%	44.0%	42.6%
Facebook	26.8%	13.6%	22.9%	39.2%	38.6%	32.1%	26.6%	8.1%	29.1%	24.4%
Instagram	52.6%	75.0%	71.0%	70.5%	67.0%	52.7%	34.7%	10.4%	47.6%	57.5%
YouTube	80.8%	95.7%	97.2%	97.9%	91.8%	83.0%	71.2%	43.3%	83.6%	78.0%
ニコニコ動画	10.8%	20.0%	24.3%	13.1%	7.2%	7.9%	8.1%	4.0%	12.6%	9.0%
TikTok	33.2%	65.7%	58.7%	39.7%	39.9%	25.5%	18.8%	8.7%	31.0%	35.3%

(出典) 総務省「令和6年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」

ヒアリングを行った有限会社湯浅鍍金工作所（以下「湯浅鍍金工作所」という。）では、若年層の利用率の高い「Instagram」、「TikTok」を活用したことで若年層の採用につながっている。

湯浅鋳金工作所では、知名度の低い会社の3～4分の動画は視聴されにくいと考え、まずは認知してもらうことや興味を持ってもらうことを目的として、ショート動画をメインにした投稿を行った。同じくヒアリングを行った山田板金工業株式会社においても認知度向上に向けてInstagramやTikTokにおいて、ショート動画を中心に投稿を行っており、SNSの活用を始めてからウェブサイトのアクセス数も伸びているとうかがえたことから、企業を知る導入として効果的であるといえる。YouTube等の長尺動画は離脱の可能性や、認知されていない段階ではたどり着かない可能性があるため、まず認知度向上を目的とするのであれば手軽に視聴できるInstagramやTikTokのショート動画から始めるのが良いのではないかと考える。

SNSの運用については自社の社員で行うことも可能であるが、投稿内容、動画作成手法のノウハウがない等、自社だけでの作成が困難な企業もあるだろう。そのような企業については、費用負担は生じるものの、湯浅鋳金工作所のようにコンサルに依頼するのも良いと考える。

次に「SNS以外の広報戦略」について考える。ヒアリングを行ったオノエンタープライズ株式会社においてはQRコード付ポスターの駅への掲示や、田村建材においてはJリーグのJ2所属チームである「いわきFC」のパートナー企業となり、高校生のサッカーフェスティバルを開催する等して、企業の認知度アップを図っている。このような広告・広報戦略は応募者やその保護者のみならず、その地域の方の認知度向上にもつながることが期待でき、長期的に見た人材確保や建設業のイメージ向上、認知度向上につながると考えられる。

③ 採用後の定着率向上に向けた取組

実施したアンケート調査において、新卒採用において十分に技能労働者を確保できない要因や採用活動を行う上での障壁として、約40%の企業が「採用してもすぐに辞めてしまう」と回答しており、多くの専門工事会社において定着率の低さが課題であるといえる。またアンケート結果より、多くの企業が「給与水準の向上」や「休日の確保（週休2日）」に取り組んでいると回答している一方、ゼネコン等の元請けでは週休2日ができていても、下請けとなる専門工事会社では工程が土曜日に重なっていると週休2日の確保が難しいとの意見もみられた。高校生が企業を選ぶ際に「休日日数」を重視する傾向が強まっているなかで、週休2日の確保ができない状況では採用および定着において大きな課題だと考えるが、専門工事会社のみで解決できる課題ではないため、業界全体での課題解決に向けた取組が必要だと考える。

また、ヒアリングでは「先輩に良い会社だという話を聞いた後輩が入社してくれることもある」という話や、「先輩が入社している企業は選ばれやすいと思う」という意見を得られた。このようなことから、今在籍している社員への処遇を改善することは定着率向上につながるだけでなく、その口コミが後輩や知人等にも伝わり、次の採用にもつながるのではないかと考える。

加えて、アンケートにおいて一部の企業より回答があったキャリアパスの明確化や評価制度の整備等についても、従業員のモチベーションの維持・向上の観点から導入を検討することも良いのではないかと考える。

2. 職業訓練の実態把握と今後のあり方

(1) 昨年度調査研究の振り返りと今年度調査研究について

「建設経済レポート No.77」の「Theme 8『建設業の人材確保・育成に向けた取組』」において専門工事会社単独で実施する職業訓練校、専門工事会社共同で実施する職業訓練校、ゼネコンが実施する職業訓練校、訓練生の所属を限定せずに実施する職業訓練校、国・都道府県が実施する職業訓練校へのヒアリングを実施し、実態把握や課題の整理を行った。

職業訓練校が抱える課題としては、①訓練生の確保、②資金の確保、③指導員の確保、④施設の老朽化、の4つのポイントで整理を行った。各職業訓練校において様々な課題を抱えているが、特に「専門工事会社単独で実施する職業訓練校」や「専門工事会社共同で実施する職業訓練校」においては訓練生の確保や資金の確保、指導員の確保等、運営面で大きな課題を抱えていることが把握された。

今年度の調査研究においては「専門工事会社共同で実施する職業訓練校は、訓練生の確保や資金の確保、講師の確保等の面において専門工事会社単独で実施する職業訓練校よりもメリットが大きいと考えられる」と仮説を立て、専門工事会社共同で実施する職業訓練校へのヒアリングを行い、実態把握を行った。また専門工事会社へのアンケート調査も行い、専門工事会社の職業訓練の実施状況や課題等についても実態把握を行った。

(2) アンケート調査

調査目的	専門工事会社における職業訓練の実施状況や取組、課題等の実態把握
調査対象	一般社団法人 建設産業専門団体連合会会員団体の会員企業
有効回答数	167件（うち、技能労働者を直接雇用している企業は142社）
調査期間	2025年8月1日～9月7日
調査方法	WEB調査
主な質問内容	<ul style="list-style-type: none"> ・新卒入社者、中途入社者（経験者、未経験者）、在職者への職業訓練の実施状況 ・職業訓練実施方法別のメリット、デメリット、取組、課題等 ・職業訓練において注力していることや独自の取組、課題、求める支援等

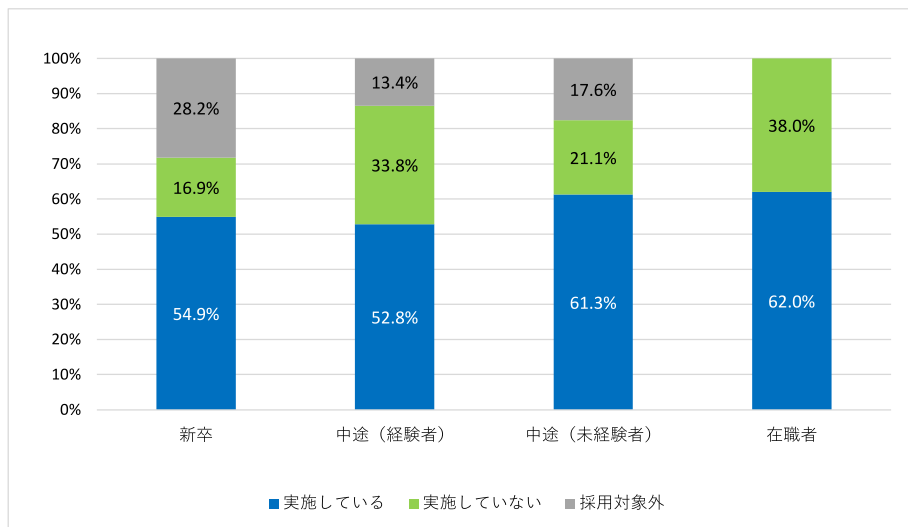
（注）なお、本節で示す設問については、本アンケート調査への回答 167 件のうち、技能労働者を直接雇用している 142 社への設問である。また回答は複数回答可としている。

① 専門工事会社における職業訓練の実施状況

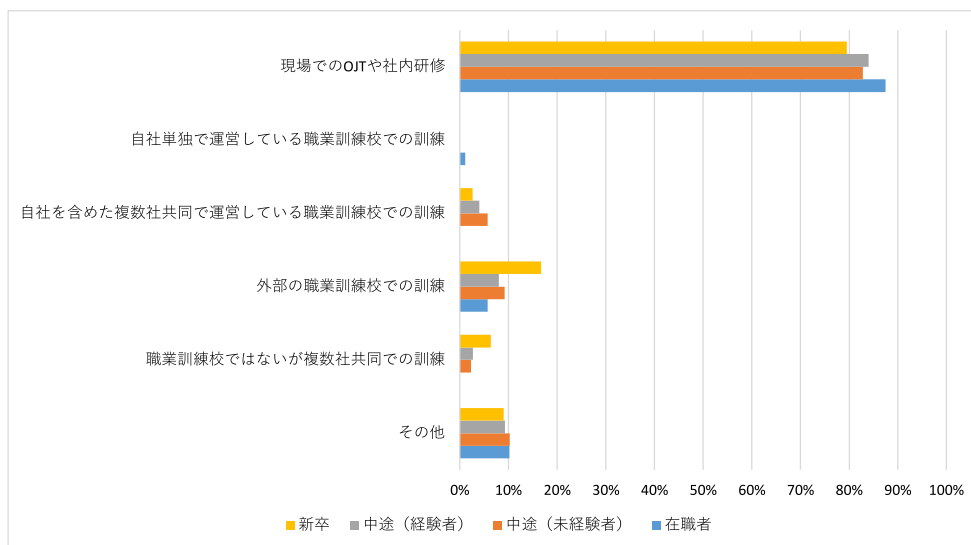
技能労働者を直接雇用している142社に「新卒」、「中途採用（経験者）」、「中途採用（未経験者）」、「在職者」への職業訓練の実施状況について質問したところ、すべてにおいて50%以上の企業が職業訓練を「実施している」と回答した（図表11）。

しかし、職業訓練を実施している企業にその実施方法を聞いた質問では、「現場でのOJTや社内研修」が「新卒」は79.5%、「中途採用（経験者）」は84%、「中途採用（未経験者）」は82.8%、「在職者」は87.5%となっていることが示された。（図表12）

図表11 技能労働者への職業訓練の実施状況



図表12 職業訓練の実施方法



（注）本質問への回答は、「新卒」、「中途採用（経験者）」、「中途採用（未経験者）」、「在職者」それぞれへの職業訓練を「実施している」企業のみとなっており、「新卒（n=78）」、「中途採用（経験者）（n=75）」、「中途採用（未経験者）（n=87）」、「在職者（n=88）」である。また複数回答可である。

② 職業訓練の実施方法別のメリット、デメリット、課題の整理

次に職業訓練の「自社単独での実施」、「複数社共同での実施」、「外部の職業訓練校での実施」によるメリット、デメリット、課題について、本アンケート調査で得られた意見の整理を行う。

(a) 「現場でのOJTや社内研修」、「自社単独で運営している職業訓練校での訓練」等、自社単独で実施するメリット、デメリット、課題

メリットとしては、時間や場所の確保の容易さ、能力に合わせた指導ができること、社員とのコミュニケーションが図れること等が挙げられた。デメリットとしては、職長や指導者の力量により差が生じることや、教える内容やレベルにばらつきが生じてしまうこと、指導者のマンパワーやスキル不足、教材の不備やカリキュラム構築の難しさ、幅広い内容の教育ができないこと等が挙げられた。

(b) 「自社を含めた複数社共同で運営している職業訓練校での訓練」、「職業訓練校ではないが複数社共同での訓練」等、複数社共同で実施するメリット、デメリット、課題

回答数は限定的であるものの、メリットとしては、少人数では依頼が困難な講師を確保できることや、同じ立場の仲間ができること等が挙げられた。

(c) 「外部の職業訓練校での訓練」等、自社単独や複数社共同ではなく外部の職業訓練校で訓練を実施するメリット、デメリット、課題

メリットとしては、他社に同期の知り合いができ人脈が広がること、幅広い知識を習得できること、自社社員が教えるという負担がないこと等が挙げられた。デメリットとしては費用が高いこと等が挙げられた。

③ 職業訓練全般における課題や求める支援

課題としては、体系的な教育ができていないことや、OJTでの教育には限界があること、時間やマンパワーの不足、講師による指導内容のばらつきやスキル不足、講師の教育等が挙げられた。また、ベテランの技能労働者や資格取得者への研修や教育も必要だという意見も挙げられた。

求める支援としては、金銭的な支援を求める意見が多くみられた。その他には、行政や業界団体による教育コンテンツの提供や研修の開催等を求める意見も挙げられた。

(3) 職業訓練機関へのヒアリング

① 北陸建設アカデミー

- ▶運営主体：一般社団法人 北陸建設アカデミー
- ▶所在地：新潟県胎内市黒川 91

(a) 設立経緯、組織構成

新潟県にある株式会社小野組（以下「小野組」という。）が主体となって設立し、約 160 社で構成される小野組の協力会「鹿和会」の理事メンバーも構成会員になっている。鹿和会の企業は採用に関する課題も抱えているが、実際に採用してからの教育が各社で十分に整備されておらず、採用してもすぐに辞めてしまうという状況であった。このような課題を解決するために建設業に特化した職業訓練機関が必要だと考え、2020年に設立された。

(b) 訓練対象者、訓練概要

新卒者および入社3年未満の社員への「建設業新人研修」、離職者・未就職者・新卒者（就職先が決まっていない方）等への「建設労働者育成支援事業¹⁵」、在職者への「技能講習、特別教育等」を実施している。

「建設業新人研修」は例年春に実施している。個社で1人、2人の新入社員教育を行うのは企業の負担になることがあるが、各社の新入社員をまとめて受け入れるため、企業からは人材育成の負担軽減になるとの評価を得ている。受講する新入社員からも、経験豊富で専門的知識を有する講師から講習を受けられると評価が高く、また他社の新入社員の「同期」ができるというメリットもある。建設業新人研修が始まってから新入社員の離職者が0になった企業もある。

「建設労働者育成支援事業」は年に3回開催しており、2020年度～2025年度までに100名以上が受講した実績がある。

(c) 運営資金について

設立時の初期投資についてはすべて小野組からの出資であり、各社からの出資はない。各社の持ち出しでの運営だと、採用ができていない状況が続いている企業にとってはメリットがないと感じる可能性がある。また、どの企業も毎年出資できるほど潤沢に資金があるわけでもない。そのような観点から、資金面は小野組が出資し、運営等の活動面については鹿和会各社に協力してもらっている。

助成金も活用しており、2025年度は新潟県土木部による「新潟県建設産業マンパワーアッ

¹⁵ 建設労働者育成支援事業

https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/jinzaikaihatsu/nintei/10.html

「総合支援事業補助金」や建設産業人材確保・育成推進協議会から「建設関係職業訓練校等の人材確保・育成事業に係る助成金」の交付を受けている。2023年度の建設業新人研修については「一般財団法人 戸田みらい基金¹⁶⁾」(以下「戸田みらい基金」という。)の助成を受けた。

(d) 訓練施設について

北陸建設アカデミーの土地と建物は小野組の所有物である。奥胎内ダム建設工事が行われていた時の県の出先事務所であった建物と土地が、ダム完成に伴い競売に付され、小野組が落札した。老朽劣化のため教室の空調等の入れ替えは行っているが、小野組で費用負担しており、各社への負担はない。また、施設運用に伴う助成金があれば活用している。

(e) 講師について

「建設業新人研修」は協力会社の現役社員や外部の方に講師を依頼している。各社への講師の依頼については、事前にスケジュールを伝えるとともにお願いしているが、繁忙期と重なる場合もあり、講師の確保は年々難しくなっていると感じる。

2025年には利根沼田テクノアカデミーが学生を対象にした「二拠点教育」(詳細は後述)を実施した際、重機オペレーターの講師がいないため、北陸建設アカデミーから講師を派遣した。「全国建設関係訓練校等連絡会議」でも、職業訓練機関間で講師を補えないか検討している。

(f) カリキュラムについて

「建設業新人研修」は、富士教育訓練センター¹⁷⁾で実施されている研修のカリキュラムを参考に、内容をアレンジして作成した。

(g) 訓練生の確保や広報について

「建設労働者育成支援事業」については建設業ウェルカム¹⁸⁾の冊子版が全国のハローワークに設置され、新潟県のハローワークにはチラシも設置されている。

(h) その他の活動

高校、専門学校、特別支援学校等を対象に、学校キャラバン等を行ってきた。北陸建設アカデミーは訓練生を受け入れる側なので、元々は学生へのアプローチは強く意識していなかったが、そもそも建設業への就職者数が増加しなければ、受講生も減少する可能性がある。そこで建設会社と連携して、無償で授業等を行い、新たな人材の発掘や建設業のPR・広報活動を行っている。実際に学校キャラバンを行った高校や特別支援学校から、関わった企業へ就職した

¹⁶⁾ 一般財団法人 戸田みらい基金 <https://www.toda-mirai.or.jp/>

¹⁷⁾ 富士教育訓練センター <https://www.fuji-kkc.ac.jp/>

¹⁸⁾ 建設業ウェルカム <https://kensetsu-welcome.mhlw.go.jp/>

ケースもある。

(i) 複数社共同で実施することのメリット

個社の場合だと、財務面で1社での負担になってしまう。また講師確保の点でも、複数社で実施する方がメリットがある。

(j) 抱えている課題

少子高齢化や人口減少により建設業就業者数が減少し、それに伴い講習の参加者が減少している。また学校キャラバン等を開催する際の費用負担も課題である。学校からは産学連携で企業に来てもらい、建設業の現状説明や仕事体験をさせてほしい等の要望があるが、その予算を学校側で捻出することは難しい。このような活動は費用負担が大きく、県の補助金も活用したが1/2しか補助されず、上限額も設定されていることから、残りの金額は北陸建設アカデミーが負担している。

(k) 今後の展望や検討している取組

学生向けの事業に取り組むことで建設業の魅力をアピールし、入職者を増やしたい。

また、北陸建設アカデミーは「一般社団法人」であるが、「職業訓練法人」の取得も目指している。「職業訓練法人」による訓練は企業に就職した方が対象だが、「一般社団法人」の場合は就職しているか否か問わず受け入れが可能である。しかし、建設業の人材育成について国や都道府県から助成金等を受給する際、「職業訓練法人」のみが受給できるというケースもあり、財務的な支援を行政から受けやすくするには「職業訓練法人」を取得した方が良いと考えている。一方、高校や専門学校への出前講座等については「職業訓練法人」では実施できないため、学生や未就職者へのカリキュラム等については「一般社団法人」として活動していく。

(l) 建設業界の職業訓練のあり方に関する意見

建設業界は他産業に比べて研修期間が短い。長期的な視点で見ると、定着率向上や離職率改善、生産性向上を図る上では、企業の負担は大きくなる可能性があるが教育訓練には時間をかけた方が良いと考える。

カリキュラム等については、中核となる職業訓練校で各都道府県や各エリアでの基準を決め、それにゼネコンや組合が協力するというような流れができると良いと考える。

また研修を受講した方と受講していない方が建設キャリアアップシステム（以下「CCUS」という。）で明確に表示され、それに見合った賃金が支払われる仕組みが必要であると考えている。何を学んだか等も CCUS 上でデータが反映され、適切な研修を受講した方は早期にレベル 2 になれる等、ステップアップを早くすることで、教育を受けた人が評価されることが望ましいと考える。

② 職人育成塾ふくしま

- ▶運営主体：一般社団法人 職人育成塾ふくしま
- ▶所在地：福島県いわき市内郷白水町川平 76

(a) 設立経緯、組織構成

田村建材が、専門工事業の職人の確保に課題を感じたことが取組の契機となり、2024年2月に設立された。現在は田村建材の社長が声を掛けた大和電設工業株式会社、株式会社山一緑化土木、いわきサッシ株式会社の3社とともに取り組んでいる。

(b) 訓練対象者、訓練概要

2025年度は未就職者・離職者を対象にした「建設労働者育成支援事業」を春と秋に2回実施した。

カリキュラムは、建設業未経験者を想定した内容となっている。廃校になった校舎を活用し、30日間で全9工種（①LGS下地工事、②サッシ工事、③電気工事、④ボード工事、⑤クロス工事、⑥床工事、⑦設備工事、⑧エアコン工事、⑨緑化土木工事）を学ぶことが可能である。加えて、指定機関での外部講座を活用し、建設現場で役立つ6つの資格を取得することが可能である。

また、2025年度からは社会福祉施設の方も訓練生として受け入れている。

(c) 運営資金について

「建設労働者育成支援事業」は厚生労働省の事業であり、訓練参加者は無料で参加することができる。訓練生の募集にかかる活動費用や広告費用等は田村建材を中心として4社が自前で行っている。

(d) 訓練施設について

廃校になった旧・白水小学校を田村建材が購入して活用している。開校に当たって改修等はほとんど行っていない。施設の整備については収入源がないため、なるべく費用をかけないで行っている。机や椅子等も中古品を購入し、コピー機もリユース品を活用している。このような初期投資費用は大部分が田村建材の持ち出しとなっている。施設内の電気の配線工事や除草、窓ガラスの修理等の施設の維持管理について、各社と連携を取りながら協力を得ている。

(e) 講師について

講師は、協力会社を含め各社の職長クラスの現役の職人が担っている。人気のある講師は訓練生の目線に立って教えたり、専門用語をなるべく使わないようにしたりと教え方が優れているので、その教え方をビデオ撮影し、他の講師にも見てもらっている。

(f) カリキュラムについて

建設業未経験者でも安心して訓練へ参加できること、複数工種を訓練で経験し自分にあった職業を選択できることを念頭においたカリキュラムとしており、卒業後に即実践で役立つようにオリジナルで作成している。

(g) 訓練生の確保や広報について

訓練生の募集は、建設業ウェルカムの冊子・ウェブサイトに掲載して行っているが、募集には苦勞している。設立当初は認知度も低く、社員の知人紹介が中心だったが、それにも限界があり、ハローワークとの連携や社会福祉施設にも手を広げた。また現在、福島労働局と連携しているが、茨城県との県境（茨城県北部）はいわき市への導線としても地域的な親和性があるので、茨城労働局との連携についても交渉を行っている。

広報戦略としては、市が作成している冊子や地元のタブロイド紙、高校生向けの就職情報誌への掲載、ネット広告、折込チラシ、未就職の子を持つ親世代へのメッセージの発信、テレビ番組の特集や YouTube で取り上げてもらう、SNS の活用等により認知度向上に努めている。

(h) 複数社共同で実施することのメリット

建設業は1社では完結せず、チームワークで仕事を行う業種なので、地元のつながりを活かし、複数社が協力しながら取組を進められる点がメリットである。

(i) 抱えている課題

訓練生の確保、日程調整、運営資金、就職の点で課題を感じる。

外部講座は指定機関での実施であるが、職人育成塾ふくしま以外の訓練生もいるため、日程調整が難しい。訓練生の募集にかかる活動費用や広告費用は自己負担である点が課題である。また訓練生のうち、年齢の高い方は就職に結び付きにくいことや、社会福祉施設からの訓練生は就職となると二の足を踏んでしまう場合があることも課題であるが、ハローワークとも連携し、就職支援を行っている。

(j) 今後の展望や検討している取組

企業所属の新人向けの訓練の実施や、既存訓練の工種の追加等も検討したいと考えている。また、地元の工業高校の生徒に向けた体験授業についても検討中である。

(k) 建設業界の職業訓練のあり方に関する意見

職業訓練については、職業訓練校それぞれで行うのが良いのか、それとも国でとりまとめて行うのが良いのか等、議論が必要かもしれない。

③ 関西職人育成塾

- ▶運営主体：関西鉄筋工業協同組合
- ▶所在地：大阪府中央区島町 2-1-5

(a) 設立経緯、組織構成

関西鉄筋工業協同組合では近畿建設躯体工業協同組合、関西圧接業協同組合と連携し、「建設産業担い手確保・育成コンソーシアム」の「地域連携ネットワーク構築支援事業」を活用し、訓練体系構築に向けた検討、業界の認知度向上に向けた建設技術展への出展、高校生等を対象にした出前講座等を行っていた。その後、個社での育成や定着率に各社課題を感じていたこともあり、次のステップとして、入職後の教育に取り組むため、2017年に「関西職人育成塾」を設置した。

(b) 訓練対象者、訓練概要

各社に入社した実務経験0～3年の初心者を対象としている。現在訓練を実施しているのは鉄筋のみであり、初心者対象の「鉄筋基礎」の訓練を春と夏の2回開催している。関西職人育成塾は職業訓練法人ではないが、「鉄筋基礎」のコースが大阪府の認定職業訓練¹⁹となっている。

(c) 運営資金について

大阪府の「認定職業訓練運営費等補助金」と訓練生の受講料で運営している。

(d) 訓練施設について

関西職人育成塾としては訓練施設を保有しておらず、大阪府立高等職業技術専門校の北大阪校と東大阪校の実習棟や教室を活用している。利用料は訓練生の受講料で賄っている。施設を保有しないメリットは、必要な時のみ利用することができ、施設を建てる費用や土地代、維持管理費が発生しない点である。デメリットは、他の企業や団体も同施設を利用するため、希望する日や連続する日程で借りることができない場合があり、日によって訓練場所の変更や都度資材運搬が必要となり、人件費や運搬費がかかってしまう点である。

(e) 講師について

訓練生の入社した企業の番頭や管理者、職人が講師を担う。鉄筋の組立においては事業主経験を有するベテランの70代の方2人が講師を担っている。

¹⁹ 認定職業訓練

https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/jinzaikaihatsu/training_employer/nin-tei/index.html

(f) カリキュラムについて

カリキュラムはオリジナルで作成している。鉄筋の加工と現場での組立は別々に採用する会社が大半だが、訓練は合同で行い、加工と組立の両方を経験できるカリキュラムとなっている。春の訓練では技能講習や特別教育等、資格の取得が主となり、その他ゼネコンや一般社団法人大阪府建団連の研修にも参加している。春の訓練に参加した方は夏の訓練にも参加することが多く、現場見学や加工場見学、製鋼メーカーの工場見学等も含めている。夏は繁忙期のため、現場での新人の扱いが雑になってしまい、離職につながる懸念がある。そこで繁忙期に現場から離れて少しゆっくりさせるというように、夏の訓練には離職防止の意味合いもある。

(g) 訓練生の確保や広報について

組合内のお知らせと、過去に参加歴のある組合外の企業については直接声を掛けている。

(h) その他の活動

子どもを対象にした仕事体験イベント「みらいのたからばこ²⁰」へ出展している。費用については、関西職人育成塾としては、全国建設関係訓練校等連絡会議に対して一般財団法人建設業振興基金が出資している助成金を活用しているが、持ち出しも多い。イベントを通して、子どもだけでなく保護者へのイメージアップや、来場者の SNS 投稿による認知度向上の効果もあると考えている。

(i) 複数社共同で実施することのメリット

個社だと教育のメリハリを持たせることが難しく、また、社員が常時そばに付いて教えるのが難しいこともある。しかし関西職人育成塾であれば期間を決めて社外で教育を受けることができ、資格取得もできるので、各社でその手配をしないで済む。加えて、自社だと必ずしも知識のある人がそばにいてくれるとは限らないが、訓練に参加すればわからないことも教えてもらえる。また、加工場を保有していない企業もあるが、そのような企業の新入社員にも加工について教えることができ、他社の現場を見せることもできる。製鋼メーカーの工場見学も個社では困難であるが、対応してもらえる。さらに、関西地域の同期ができるのもメリットである。

(j) 抱えている課題

新入社員の入社が少なく、訓練生の確保が課題である。またカリキュラムのベースはあるが、毎年考える必要があることや、講師の派遣が難しい企業もあり、そのフォローも課題である。

(k) 今後の展望や検討している取組

現在は新入社員の訓練が中心だが、今後は入社2年目、3年目の教育についても検討したい。

²⁰ みらいのたからばこ <https://mirainotakarabako.com/>

(I) 建設業界の職業訓練のあり方に関する意見

中核となる職業訓練校がカリキュラムやテキスト等のベースを作成して、それを各地域で応用して活用できれば良いのではないかと考える。また、講師向けの講習があり、それを受講した後に各地域で講師を担うことができれば、もう少し統一された教育ができるのではないかと考える。

④ 青森テクノアカデミー

- ▶運営主体：職業訓練法人 五所川原職業訓練協会
- ▶所在地：青森県五所川原市一ツ谷 503-5

(a) 設立経緯、組織構成

法人の設立は1965年頃だが、訓練生の減少のため2004年前後より20年近く休校となっていた。そこで山田板金工業株式会社、株式会社小嶋建設、株式会社今工務所の3社で3～4年前に再開し、現在に至る。建設業では入社後の新人教育や研修が十分に浸透しておらず、実施していない企業や実施できない企業が多い。しかし、個社で行うのは難しいため、職業訓練校を利用して、会員企業に入社した新人をまとめて研修する仕組みをつくる目的で動き始めた。

(b) 訓練対象者、訓練概要

現在は1級技能士、2級技能士等の資格を取得するためのコースを建築板金、建築大工の2職種で実施している。新人研修はまだ本格的には開催できていない。

(c) 運営資金について

訓練生の受講料と県からの補助金で運営を行っている。資金面では不足もあるので、会員企業からの会費収入で不足分は補填している。

(d) 訓練施設について

訓練施設は五所川原市が所有、五所川原職業訓練協会が指定管理者となっている。訓練施設の補修等は市の予算で対応してもらったり、市の許可を得て五所川原職業訓練協会にて費用負担したりして行っている。五所川原職業訓練協会としては施設を保有せず、五所川原市の施設を活用し、市が補修費等を負担してくれるのは大きなメリットである。

(e) 講師について

講師は会員企業の中で、1級技能士と職業訓練指導員の資格を持っている方が担当している。

(f) 訓練生の確保や広報について

訓練の対象となるのは会員企業の社員のため、会員ではない企業に個別訪問して、会員企業を増やすために活動のPRなどを行っている。

(g) 複数社共同で実施することのメリット

講師については、複数社共同であればいずれかの企業の方が1級技能士や職業訓練指導員の資格を持っていれば良いので、メリットがある。

(h) 抱えている課題

訓練生の確保は課題である。

講師については、50代、60代の方はある程度確保できているが、40代については職人の数自体が少なく、さらに1級技能士を保有している方となると10年後、20年後を見据えると大幅に減少すると思う。また、職業訓練指導員の資格は仕事をする上では必要のない資格なので、費用と時間をかけて取得させようとする企業は少なくなっている。

また、施設の設備が休校前の状態のままであり、その整備のための資金確保も課題である。

(i) 今後の展望や検討している取組

来年度を目途に新人向けのコースを開始したいと考えている。

また、今後は「一般社団法人」の取得も目指している。「職業訓練法人」だけではできる活動範囲が限られてしまうが、「一般社団法人」も取得すれば、出前講座やイベント、体験学習の開催等も可能になると考えている。

⑤ 利根沼田テクノアカデミー

▶運営主体：一般社団法人 利根沼田テクノアカデミー

▶所在地：群馬県沼田市利根町日影南郷 335-1

(a) 設立経緯、組織構成

株式会社テクノアウターが個社で設立した職業訓練センターに、約10年前、国土交通省はじめ各団体が視察に訪れた。その際に当時の訓練施設は手狭であり、廃校となった小学校があるので活用させてもらえないか相談をしたところ、活用させてもらえることとなり、利根沼田テクノアカデミーの開校に至った。教育訓練を行っている6職種（板金、瓦、大工、水道設備、左官、塗装）のコース毎に各職種の企業から理事を出してもらい、現在は13人の理事で共同運営している。

(b) 訓練対象者、訓練概要

6職種のコースは提携企業（「(f) 訓練生の確保や広報について」を参照）の新規入職者を対象に4月から3か月間実施している。各コースは県の認定を受けた認定職業訓練である。

その他、建設労働者育成支援事業や外国人材の訓練、ドローン講習等を実施している。

(c) 運営資金について

新規入職者を対象にした3か月のコースの受講費は1人120万円であり、訓練生を送り出す企業が負担している。提携企業の年会費は1,000円である。

また、利根沼田テクノアカデミーでは「戸田みらい基金」の助成金を4回活用している。

(d) 訓練施設について

廃校となった旧・南郷小学校と旧・平川小学校を活用している。維持管理費は利根沼田テクノアカデミーで負担している。

また利根沼田テクノアカデミーは「地域再生推進法人²¹」となっており、開校時に地域再生を条件に国から交付された「地域再生戦略交付金²²」を活用し、訓練施設の改修を行った。

(e) 講師について

6職種のコース、ドローンのコース、外国人のコースの各コースに専任の講師がいる。講師は1級技能士と職業訓練指導員の資格保有が条件であり、各理事の企業から来てもらっている。講師の確保については、各理事の企業はある程度の規模の企業なので、大きな課題としては感じていない。ドローンの講師は外部の方に依頼している。

他の職業訓練校との講師の相互派遣は教え方や教材が異なっているので難しい。2025年9月に「二拠点教育」を実施した際に重機の特別教育を行ったが、利根沼田テクノアカデミーにはシミュレーター等の機材が揃っていないので、その際は北陸建設アカデミーから講師を派遣してもらった。

(f) 訓練生の確保や広報について

図表13に示す「提携校制度」により、企業、学校との提携を行っている。訓練生確保のためには訓練生を送り出す企業を増やす必要があり、企業との提携に力を入れている。また、提携企業に就職すれば利根沼田テクノアカデミーの訓練に参加できるので、学校としても安心して就職を推薦でき、就職する生徒や保護者にも安心してもらえる。

²¹ 内閣官房・内閣府総合サイト「地方創生」 地域再生推進法人関連
<https://www.chisou.go.jp/tiiki/tiikisaisei/houjin.html>

²² 内閣官房・内閣府総合サイト「地方創生」 地域再生戦略交付金関係
<https://www.chisou.go.jp/tiiki/tiikisaisei/senryaku.html>

図表13 提携校制度



(出典) 利根沼田テクノアカデミー ウェブサイト (<https://www.t-academy.jp/teikei>)

(g) その他の活動

学生を対象に出前講座や、2024年からは「二拠点教育」を行っている。「二拠点教育」とは、国土交通省の施策である「二地域居住²³」を基軸に実施しており、都市部の学生が沼田市にて地方ならではの課外授業を体験・経験することができる取組であり、2025年は東京都の高校生や愛知県の高専生が参加した。重機や空中ドローン、水中ドローンの操縦、ICT技術や林業の体験のほか、ジビエや地元の食材を味わうことができるバーベキューや、餅つき、石墨棚田イルミネーションの見学²⁴等、豊かな自然を感じることができる食事や観光もプログラムに含まれており、市の魅力を伝えることで二地域居住先として選んでもらいたいという思いもある。

⑥ 全国建設関係訓練校等連絡会議

(a) 設立経緯、組織構成

全国の教育訓練施設12団体により構成されている。現状、「人財確保」、「人財育成」²⁵は全国各地における個社や有志団体によって対応されており、その活動・運営は厳しく危機的な状況もある。「ものづくりはひとつづくり」であり、人財育成こそが重要であるため、全国の教育訓練施設が連携する団体組織設立が不可欠だと考え、設立に至った。

(b) 今後の職業訓練のあり方に関する意見

各団体とも、各々が各地区において手弁当で教育訓練を行っているのが現状である。アメリカやドイツ等の先進国では教育訓練のシステムが整っており、日本も目指す必要があると考える。海外では大学に進学する人と職業訓練を選択する人が分かれる教育制度となっており、日本もそれを国策として実施する必要があるのではないかと考える。

教育にかかる財源については、CCUSの利用料等の活用や、海外のようにメーカーや政府等が支援するのが良いのではないかと考える。講師の育成や教材の作成も必要である。

教育制度を検討する主体は教育訓練施設や全国建設関係訓練校等連絡会議等の民間レベルではなく、本来は国レベルで検討する必要があるのではないかと考えている。

²³ 「二地域居住」は主な生活拠点とは別の特定の地域に生活拠点を設ける暮らし方であり、地方への人の流れを生むことで、地域の担い手の確保、新たなビジネスや後継者の確保等の意義もある。

²⁴ 群馬県観光公式サイト「観光ぐんま」 <https://gunma-kanko.jp/events/170>

²⁵ 「人財」の「財」は全国建設関係訓練校等連絡会議より提供いただいた資料の表記を引用。

(4) まとめ

本調査研究において得られた結果を基に、人材確保における職業訓練校の役割や複数社共同で実施する課題やメリットの整理、今後の職業訓練のあり方について提言を行う。

① 「人材確保」の段階における職業訓練校の役割

1つ目の役割は、「離職者、未就職者の確保」である。「建設労働者育成支援事業」は離転職者、新卒者、未就職卒業者等を対象として、建設業で働くために必要な基礎知識・技能の習得や資格が取得できる「無償」の職業訓練であり、就職支援までを一連のパッケージとして行っているため、建設業界の人材確保につながると考える。

2つ目の役割は、「学生や子どもへのアプローチ」である。専門工事会社のみならず、職業訓練校においても学生や子どもを対象にした出前講座や教育、イベント等への参加を通して人材確保に向けた取組を行っている。企業個社で行う場合、費用や時間の確保、マンパワー不足等による負担も大きいことが考えられるが、複数社共同で実施する職業訓練校であれば、個社への負担が少なく実施でき、運営企業の人材確保にもつながることが考えられる。

3つ目の役割は、「定着への寄与」である。入社後に感じるギャップとして「仕事の難しさ」と回答する方が多くおり、それが原因で離職するケースもあるのではないかと考えられる。一方、北陸建設アカデミーでは「建設業新人研修が始まってから新入社員の離職者が0になった企業もある」とうかがい、職業訓練が離職者を減らすことにつながっていると見える。個社での訓練は職長や指導者の力量によりに差が生じる、人により教え方が様々になる、指導者のマンパワーやスキルの不足、教材の不備やカリキュラム構築の難しさ、幅広い内容の教育ができない等の課題が考えられるため、職業訓練校を活用した訓練が有効ではないかと考える。

② 複数社共同で実施する職業訓練校の課題やメリットの整理および提言

(a) 訓練生の確保について

各職業訓練校において訓練生の確保に苦勞しているが、確保に向けた取組が行われている。例としては、出前講座や二拠点教育、子どもを対象にした仕事体験のイベントへの出展等による将来の入職者確保につながる取組や、SNSや広告媒体を活用した広報戦略への取組、訓練生を送り出す提携企業を増やす等の取組が行われている。このような取組は個社での実施は困難であると考えられ、複数社共同のメリットであると考えられる。しかしこれらの活動は各職業訓練校の持ち出しによるものも多く、負担となっているため、このような活動に対する国や地方公共団体からの助成金等があると良いのではないかと考える。

また、複数社共同であることのメリットとして、同期ができることも挙げられた。個社では1人や2人での教育訓練になるが、複数社共同であれば、訓練生として、企業の垣根を超えた

同期ができる。悩み等を相談できる仲間が身近にいることは離職防止にもつながるのではないかと考える。

(b) 運営資金について

ヒアリング先では、運営資金については主に訓練生を送り出す企業からの受講料と国や都道府県等からの助成金を活用した運営となっている。不足分については持ち出しとなるが、初期投資はリーダーシップをとっている企業が多く負担しているという話や、会員企業からの会費収入等で補填しているという話もうかがった。このような点は複数社共同のメリットであると考えられる。また、個社で1人、2人を教育すると費用面での負担も大きくなるが、複数社でまとめて行うと負担も小さくなるのはメリットであると考えられる。

一方、「(a)訓練生の確保について」にて記載した、学生を対象にした出前講座や訓練生確保の広報活動にかかる費用については持ち出しとなっており、このような活動に対しても行政からの支援を求める声も上がっていた。

運営資金の補助については、戸田建設株式会社設立の「戸田みらい基金」の助成金を活用している職業訓練校もみられた。「戸田みらい基金」では4つの助成事業²⁶を行っているが、職業訓練校においては「若手建設技能者の採用・育成及び資格取得に係る助成」を活用できると考えられる。このように、建設業界の担い手確保や育成に携わる団体や企業に対する財政的な助成をゼネコン等が中心になって行うのが良いのではないかと考える。

(c) 施設確保および維持管理

ヒアリングの結果では、訓練施設は、①廃校や県の旧・出先事務所等、既存の建物を活用、②市所有の建物を指定管理者として活用、③訓練施設を保有しない、という3つのケースがみられた。施設を保有する場合、活用の自由度は高いが、施設や土地の取得、維持管理費の負担が発生する。費用面を考えると、施設を保有せず、公共の施設等を必要な時に利用するのが良いと考える。他の企業や団体も利用するため日程調整が困難であることや、日によって訓練場所の変更や都度材料等を運搬する必要があり、人件費や運搬費がかかってしまう等のデメリットもあるが、公共の施設等の利用は一考に値すると考える。

(d) カリキュラムの策定について

ヒアリングの結果では、カリキュラムはオリジナルで作成されていた。内容の見直しを毎年行っている職業訓練校もある。ヒアリングにおいては統一されたカリキュラムがあると良いとの意見も挙がった。一方で、職種によっては地域により施工方法が異なるものもあるため統一は難しいとの意見もあった。このような意見を踏まえ、職種毎にベースとなるカリキュラムやテキストが作成され、それを地域ごとにアレンジして活用できれば良いのではないかと考える。

²⁶ 一般財団法人戸田みらい基金「取組事業」 <https://www.toda-mirai.or.jp/katsudou/>

(e) 講師の確保について

ヒアリングの結果では、講師は各社からの派遣となっており、講師の確保を課題に感じているとの声はあまり聞かれなかった。中には、講師は会員企業の中で、1級技能士と職業訓練指導員の資格保有者が担っているという職業訓練校もあったが、いずれかの会社の方がその資格を持っていれば良いため、講師の確保の面では複数社共同のメリットがあるとうかがった。

また、職業訓練校間での講師の相互派遣については、不足する部分や苦手な部分を補えるのは良いという意見と、職業訓練校毎に教え方や教材が異なっているため難しいという意見があった。講師のレベルも職業訓練校によって差があると思われる。将来的に講師が不足する可能性があることを鑑みると、講師の相互派遣によって補うことは有効だと考えるが、そのためには「(d)カリキュラムの策定について」において記載したとおり、カリキュラムや教材の標準化や講師のレベルの標準化、講師自体の教育が必要になるのではないかと考える。

(f) 「一般社団法人」と「職業訓練法人」について

職業訓練校には「一般社団法人」と「職業訓練法人」がある。国や都道府県からの助成金を受給する場合に、「一般社団法人」では不可で「職業訓練法人」でないと受給できないケースがある。一方、学生への出前講座等については「職業訓練法人」では実施できない。このように、法人の種類により、受給できる助成金や実施できる活動に制約があるため、ヒアリング先の中には「一般社団法人」と「職業訓練法人」の両方の取得を検討している職業訓練校もあった。職業訓練校の役割が人材確保にまで拡大していることや、活用できる助成金の幅が広がることを鑑みれば両方の取得を目指すのが良いのではないかと考える。

③ 今後の職業訓練のあり方について

ヒアリングを通して課題だと感じたのは、各職業訓練校が独自に人材確保や教育訓練に取り組んでいるが、カリキュラムや教材の作成、講師の確保や育成等も職業訓練校が各々で行っており、各職業訓練校への負担が大きいことや内容に差が生じることである。また運営資金についても、受講費や助成金等の収入だけで不足する分は持ち出しになっている職業訓練校もある。特に出前講座や訓練生確保のための広報費用等は持ち出しになっているとの話もうかがった。

例えば、カリキュラムや教材の統一による訓練内容の標準化については、中核となる職業訓練校や業界団体を中心に作成するのが良いのではないかと考える。またカリキュラムや教材の標準化に合わせ、講師についても一定レベルの基準を設け、教育する必要があると考えるが、講師の教育については中核となる職業訓練校等を中心に行うのが良いのではないかと考える。これにより各職業訓練校におけるカリキュラムや教材の作成、講師の確保や育成等の負担の削減、および教育訓練のレベルの標準化につながるかと考える。そのうえで、中核となる職業訓練校に対し、財務面での支援を行政や関係機関等が中心となってい、各職業訓練校における人材確保の活動等に対しても財務的な支援ができれば良いのではないかと考える。