

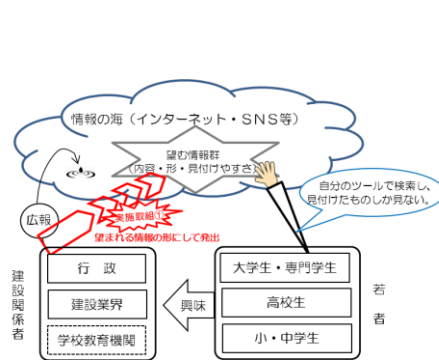
建設業界を取り巻く働き方改革に基づいた週休2日制やワークライフバランスの推進等での職場環境改善を後押しし、公共事業の社会貢献の認知と若手が建設業で仕事をしたい、続けたいと思える「頑張る基盤」を作り、広報に繋げていく。

これからの広報は、一般住民に広く情報提供だけでなく、若者と保護者にターゲットを特化し、建設業のイメージアップ、興味喚起、入職の促進を念頭に建設業の魅力を伝える広報に取り組む。

【実施する取組】

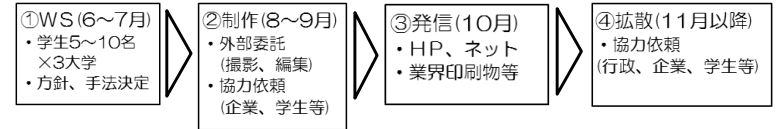
【実施取組①：望まれる情報の形にして発信】

○若者目線による建設業の魅力をPRと拡散



- 【手法】**
- ・学校関係者（日大・福大・高専学生）それぞれのワークショップ
 - ・学生と業者による座談会のようなトークセッション
- 【内容】**
- ・建設業の伝えるべき魅力、知りたい情報
 - ・情報の形（短編映像、PR動画、ドキュメンタリー型、実況型）
 - ・情報元（建設業協会会員、行政）
 - ・発信元（企業、行政（キビタン?）、学生）
 - ・拡散方法（youtube、twitter、学生口コミ）
- 【役割分担】**
- [行政] 企画・立案・作成・広報
 - [建設業] 映像出演・技術力の提供・PR
 - [学校教育機関] 提案・専門家の紹介、仲介・拡散

【手順(案)】



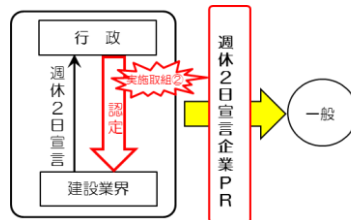
【参考】

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
一般大学生 (3年)			インターンシップ									説明会
一般大学生 (4年)	説明会・ES提出		選考・内定									
県内建設業			求人票提出	学校訪問等		選考活動・内定						
高校生	2者面談		求人票解禁 (企業・HCP)	3者面談		就職試験		就職先決定				
PRの効果期間	【2020年】		試行として、2020年に就職を考える世代をターゲットとする。						【2019年】			

【実施取組②：環境改善のPR支援】

○週休2日に積極的に取り組む企業へのPR支援

- 【手法】**
- ・週休2日推進宣言企業を認定し、広く広報・PR
- 【内容】**
- ・認定要綱、募集要領の作成
 - ・ステッカー、幟旗の作成（デザインは大学と共同）
 - ・対象企業はコンサルを含む県内建設企業
 - ・認定基準は4週8休以上（祝日含む）の休日確保について宣言書にて宣言し、社則に記載できる企業とする。
- 【手順(案)】**
- ・要綱・要領作成(4月)→ステッカー等制作(5~7月)→募集(8月~)
 - 認定(9月~)→行政、企業HPにて広報(随時)→ステッカー、幟旗を事務所等に掲示(随時)



【実施取組③：保護者の持つイメージ改善】

○親子の建設現場見学会

- 【手法】**
- ・建設現場見学会を保護者同伴で実施
- 【内容】**
- ・小学校1クラス程度の親子を招待（60~80名）
 - ・保護者は母親を推奨
 - ・女性技術者による現場説明→女性活躍の印象想起
 - ・体験型の見学会→子どもの興味喚起、現場の安全性→保護者
 - ・保護者へもアンケートを実施
- 【手順】**
- ・現場抽出(6月)→学校選出(7月)→支援委託(8月)→実施(9月以降)

