

## 【調査サマリー】建設業界への志望意向は 15.6%、業界内で活況な「建設 DX」の存在感薄く

### 調査実施概要

調査実施社：野原ホールディングス株式会社

調査期間：2023年2月7日～2月9日

回答数：1,000名

調査対象者：全国の大学1年～3年生

調査方法：インターネット調査(ゼネラルリサーチ株式会社)

### 【目次】

調査①『建設業界の選考を受けようと思っているか』	2
調査②『建設業界ではどのような仕事をするイメージがあるか』	3
調査③『建設業界のマイナスイメージは何か』	4
調査④『建設業界のプラスイメージは何か』	5
調査⑤『志望業界を変更する条件とは何か』	6
調査⑥『デジタル化が進んでいると思う分野は何か』	7

●建設業界では、デジタル技術の積極的な導入をはじめとする「建設 DX」の動きが活況だが、学生にとってはその印象も薄く、建設業界への志望意向は 15.6%

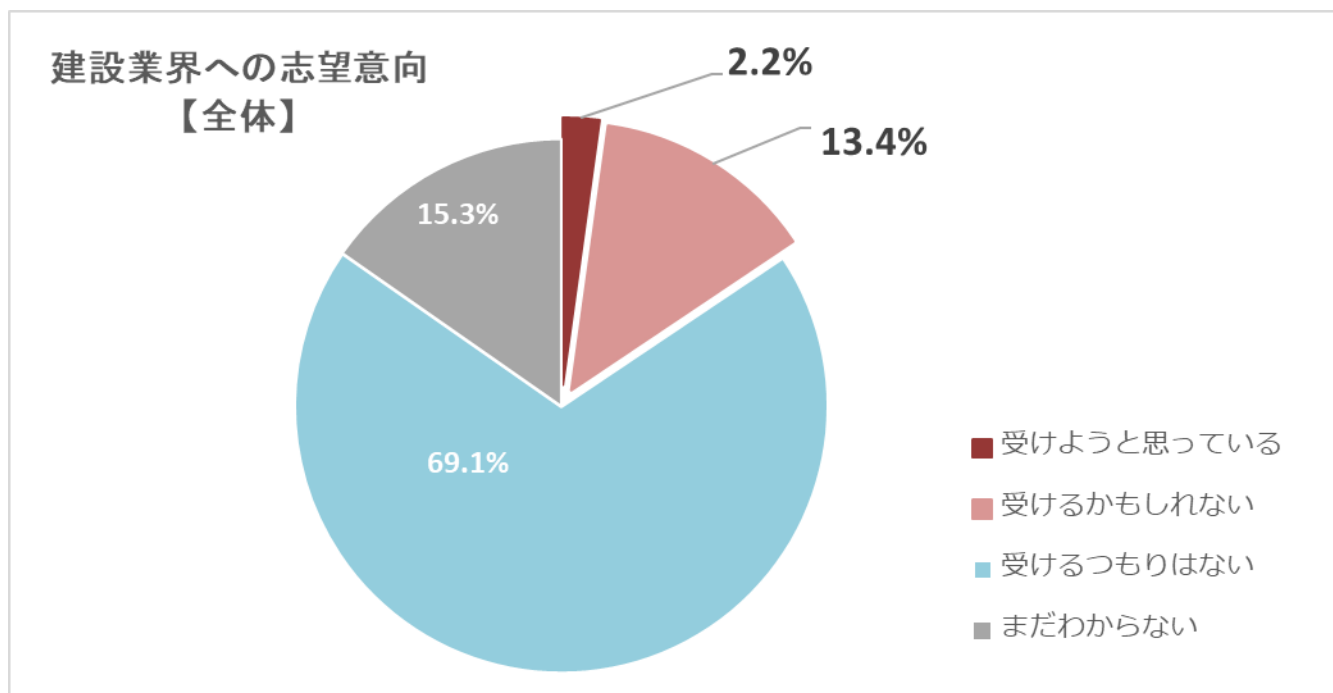
●建設業界のマイナスイメージとして挙がっている「働き方や給与（待遇）」の改善が、学生にとっての魅力的な業界への一歩

1. 【建設業界への志望意向】建設業界の選考について、「受けようと思っている」(2.2%)、「受けるかもしれない」(13.4%)を合わせて**全体の 15.6%**となった。
2. 【建設業界の仕事イメージ】学生が抱いている建設業界でどのような仕事をするかのイメージは、「技能工・技術職（職人）」「施工管理（現場監督）」が上位に。**建設現場で働く職業というイメージが強い**と推測される。  
1位：技能工 66.4%  
2位：設計職 61.7%  
3位：施工管理（現場監督） 59.8%
3. 【建設業界のマイナスイメージ】働き方や給与（待遇）が先行している。業界の仕事イメージの結果と合わせると、学生には、**建設現場での待遇面改善が遅れている**と思われるようだ。  
また、7位に「デジタル化が進んでいない」(13.5%)、8位に「グローバル化が進んでいない」が入っていることにも注目したい。  
1位：残業、休日出勤 36.4%  
2位：給料が低い 29.5%  
3位：清潔感がない 19.5%
4. 【建設業界のプラスイメージ】建設業は、生活の三大要素といわれる「衣食住」に関連するため「安定感がある」が上位に。また、**社会的な貢献度が高い業界**とも思われている。9位の「SDGsに取り組んでいる」(10.7%)も注目したい。  
1位：スキルが身につく 34.8%  
2位：社会貢献度が高い 33.0%  
3位：安定感がある 30.5%
5. 【志望業界を変える要素】回答結果から、「学生が魅力を感じる業界にするには何が必要か」を示唆していると推測できる。  
1位：待遇や平均給与 43.4%  
2位：働き方に自由度 38.7%  
3位：景気がよく将来性がある 35.5%

## 調査①『建設業界の選考を受けようと思っているか』

### ●志望業界として視野に入れる学生は 15.6%

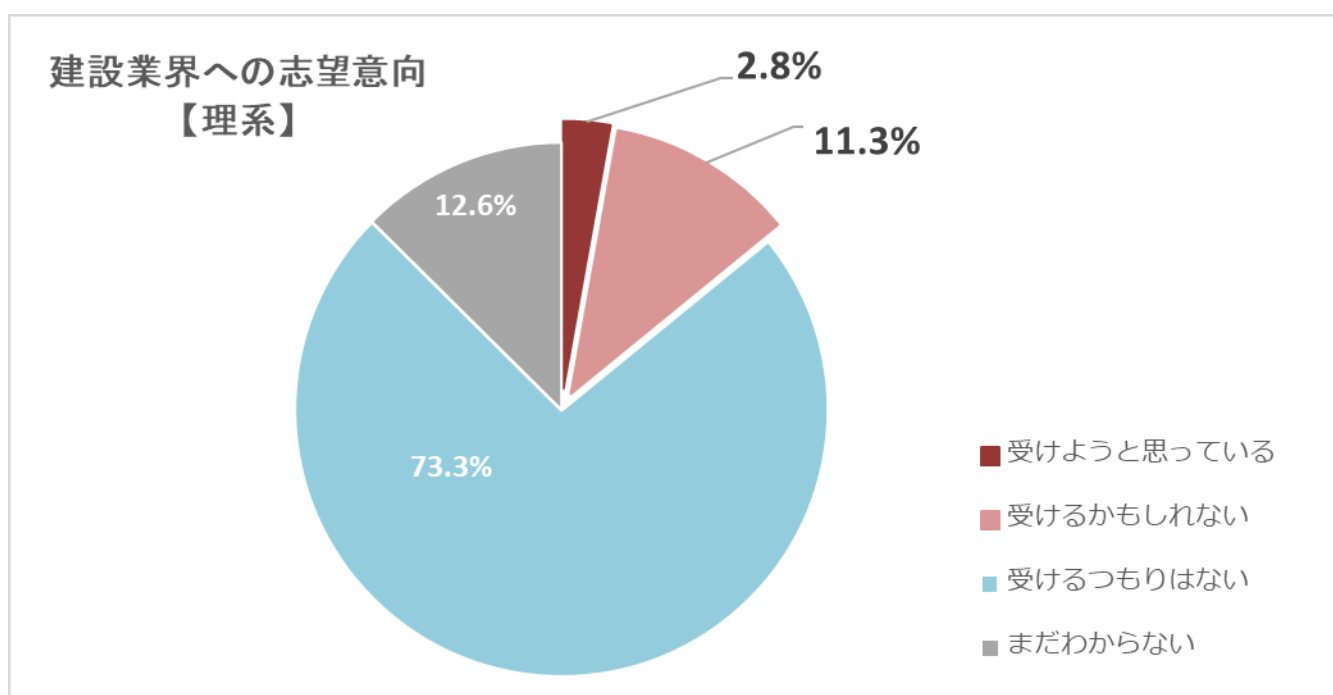
「受けようと思っている」(2.2%)、「受けるかもしれない」(13.4%)を合わせても、全体の 15.6%でした。約 7 割の学生が「受けるつもりはない」と回答しています。



### ●理系学生はさらに低い 14.1%という結果も

建設業界は特に理系（建設系）の採用に重点を置いているケースが多いことから、理系学生に限っての集計を行いました。

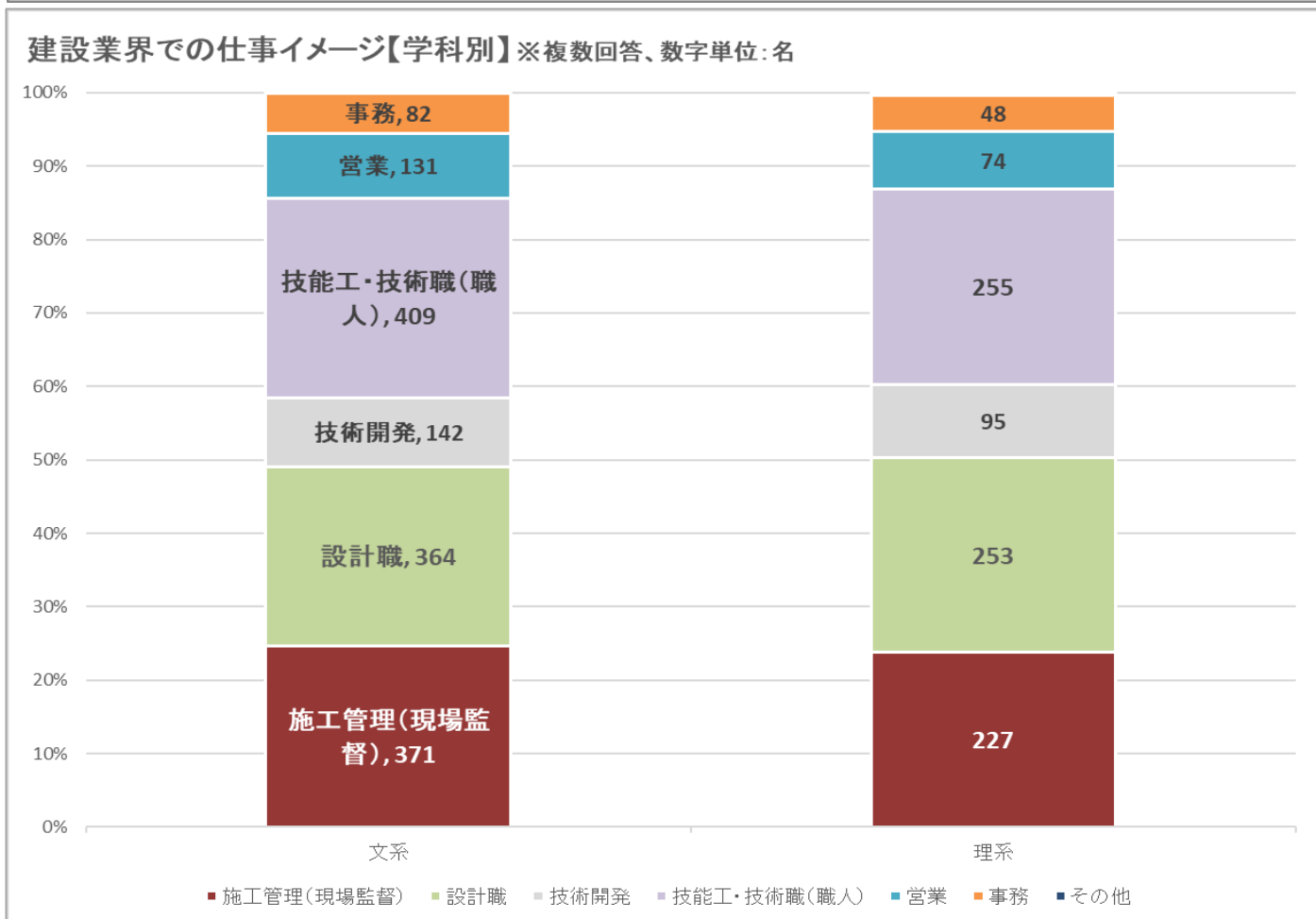
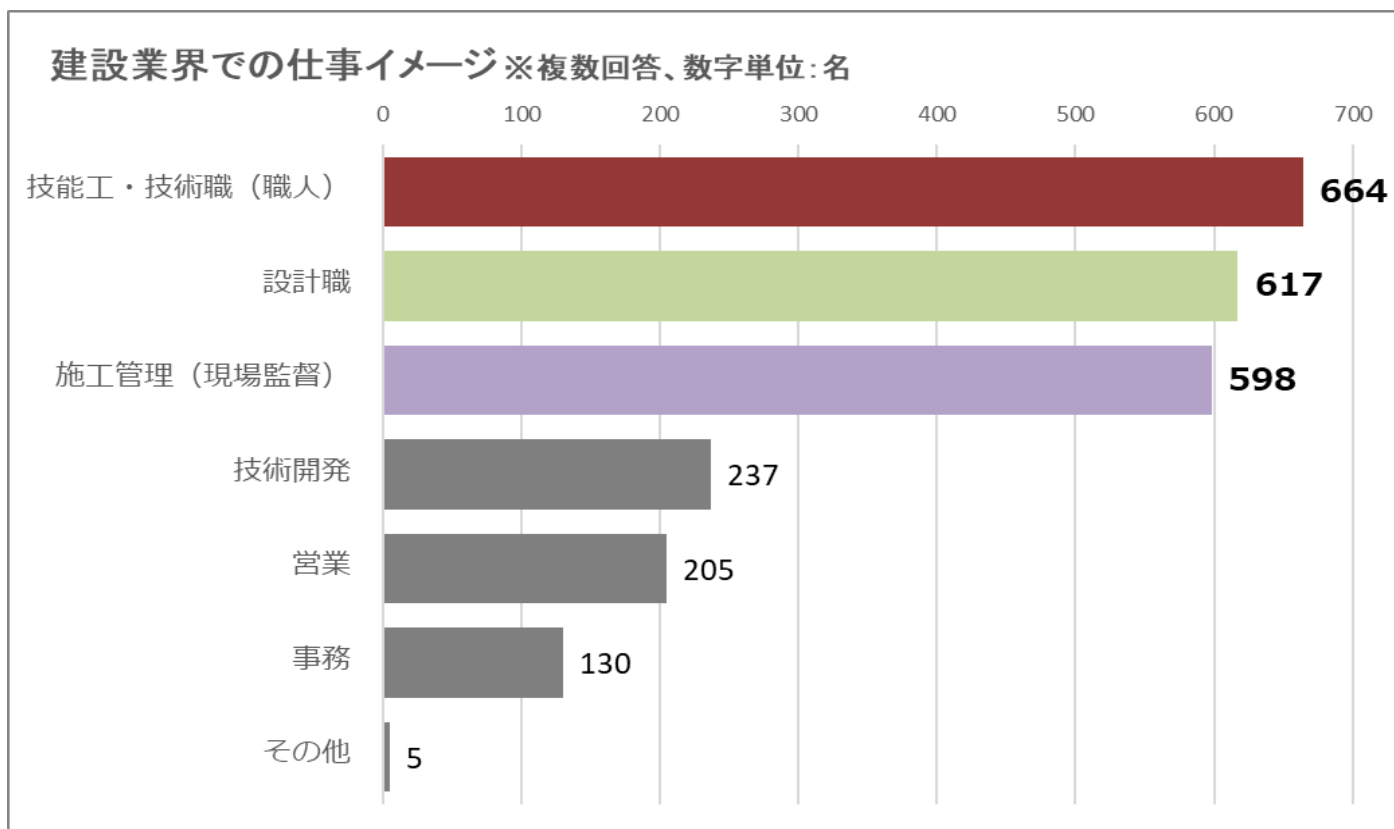
結果としてはさらに志望度が低く、「受けようと思っている」「受けるかもしれない」の合計は 14.1%、「受けるつもりはない」が 73.3%となりました。



## 調査②『建設業界ではどのような仕事をするイメージがあるか』

### ●建設現場で働く職業というイメージが約6割と強い

1位は「技能工・技術職（職人）」の 66.4%、3位にも施工管理（現場監督）59.8%がはりました。学科別にみても差異はないことから、大学生にとっては、「建設業界＝建設現場で働く」というイメージが強いようです。



### 調査③『建設業界のマイナスイメージは何か』

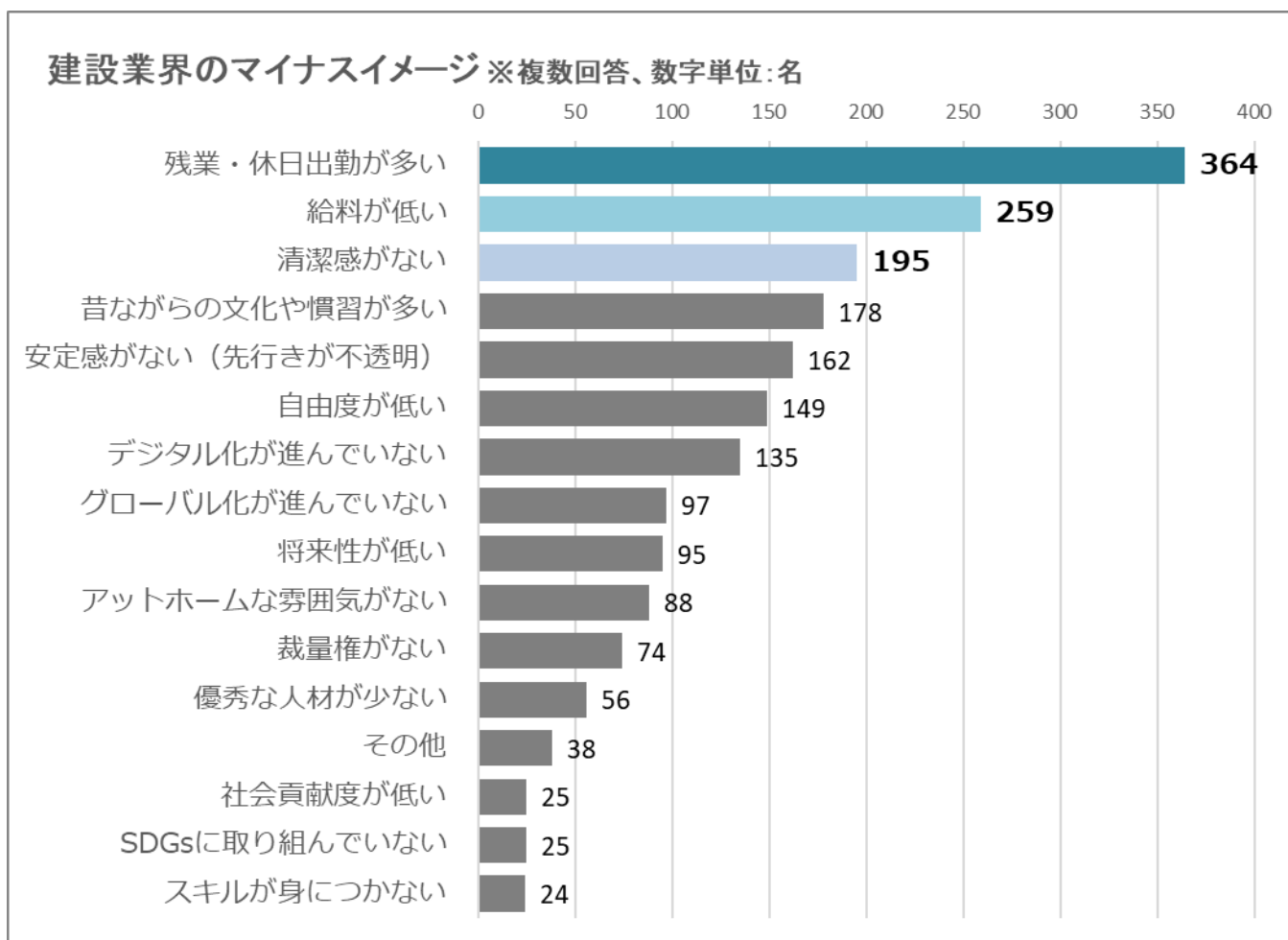
#### ●建設現場で待遇面の改善が遅れているイメージが強い。デジタル化はその解決の切り札となるか？

最も多かった回答は「残業・休日出勤が多い」(36.4%)でした。次いで多かった「給料が低い」(25.9%)と併せて考えると、大学生にとって、**建設業界は待遇面での整備が遅れているとのマイナスイメージが先行している**と考えられます。

建設業界の働き方改革は、4週8閉所という、建設現場における「週休2日制」の導入に国や業界も取り組んでいます<sup>1</sup>。直近では、2024年4月の時間外労働上限規制の適用<sup>2</sup>に向けて、その動きは一層加速するものと見込まれています。

また、7位に「デジタル化が進んでいない」(13.5%)、8位に「グローバル化が進んでいない」が入りました。

労働人口減少を克服するには、工期設定や作業効率化などが必須で、デジタル技術による生産性向上の取り組みが進んでいます。同様に、国内だけでなく、市場を世界に求める動向を伝えることも、若い世代の入社獲得のカギとなりそうです。



<sup>1</sup> 一般社団法人 日本建設業連合会(日建連)は、建設現場における週休二日を実現するための基本方針・具体的な方策である「週休二日実現行動計画」(2017年12月)を策定以降、継続して「誰もが笑顔で働ける未来に向け、すべての現場での週休二日実現」に向け取り組んでいます。

<https://www.nikkenren.com/2days/action.html>

<sup>2</sup> 現在、建設業については、36協定で定める時間外労働の上限規制の適用が猶予されていますが、2024(令和6)年4月1日以降、原則として月45時間・年360時間となり、臨時的な特別の事情がなければこれを超えることができなくなります。

[https://jsite.mhlw.go.jp/tokyo-roudoukyoku/news\\_topics/kyoku\\_oshirase/roudou\\_kijun/newpage\\_00833.html](https://jsite.mhlw.go.jp/tokyo-roudoukyoku/news_topics/kyoku_oshirase/roudou_kijun/newpage_00833.html)

#### 調査④『建設業界のプラスイメージは何か』

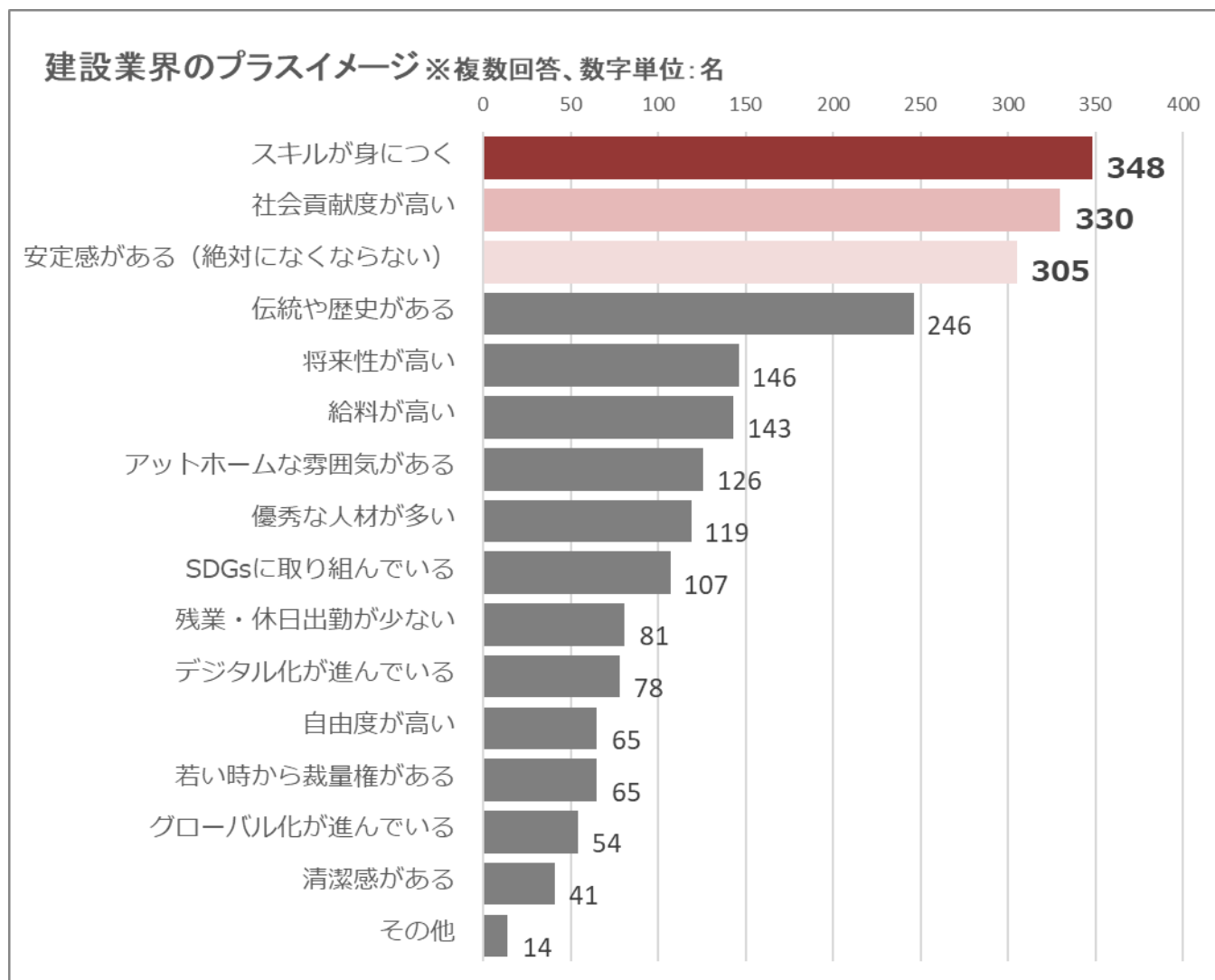
##### ●「スキルが身につく」に好印象の学生が約 35%。「社会貢献度が高い」「安定感がある」も好印象

最も回答が多かったのは「スキルが身につく」(34.8%)でした。入社すると一級・二級建築士、技術士、一級建築施工管理技士などの資格取得に補助金や報奨金がでるケースも多く、大学生にとって建設業界は自身のスキルアップをサポートしてくれる業種であることをイメージしているものと考えられます。

次いで「社会貢献度が高い」(33.0%)からは、大学生にとって建設業界が生活インフラを支える業種であると認識されているものと推測できます。

以降、3位に「安定感がある(絶対になくならない)」(30.5%)、4位に「伝統や歴史がある」(24.6%)が続きました。好不況の中でも長く続く産業のイメージが、好感をもって受け止められていることがわかります。

9位に「SDGsに取り組んでいる」(10.7%)が入り、時流に合わせた環境問題などへ取り組みをしていることの認知も見られます。

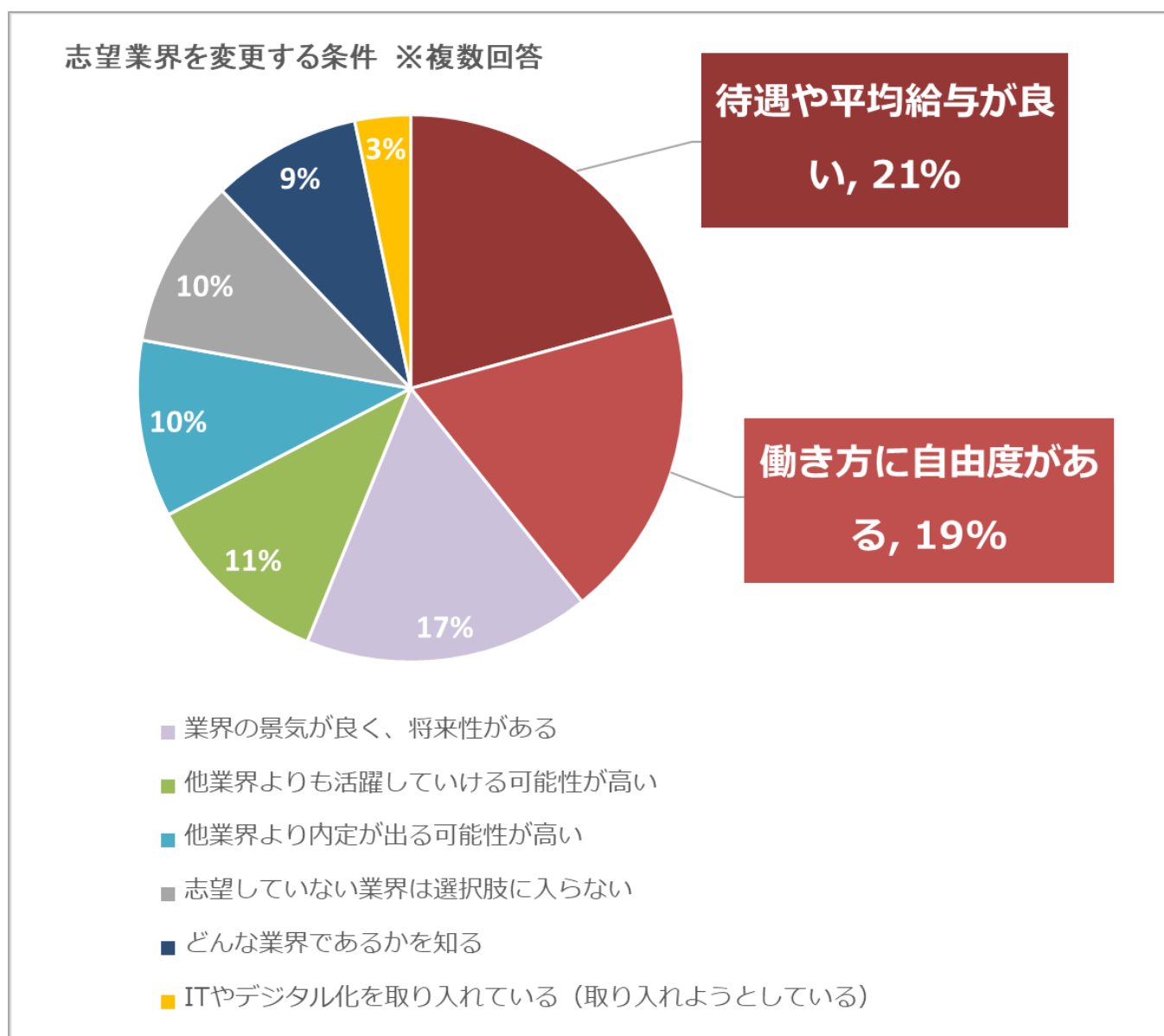


## 調査⑤『志望業界を変更する条件とは何か』

### ●待遇（働き方を含む）と給与の改善が必要

調査③『建設業界のマイナスイメージは何か』で上位であった「残業・休日出勤が多い」（36.4%）と次いで多かった「給料が低い」（25.9%）を反映して、「志望業界を変更する条件」として最も多い回答は「待遇や平均給与が良い」（43.4%）となりました。

特に調査②『建設業界ではどのような仕事をするイメージがあるか』の結果（大学生にとっては、「建設業界＝建設現場で働く」というイメージが強い）と合わせると、建設現場における待遇改善が急務であると言えます。

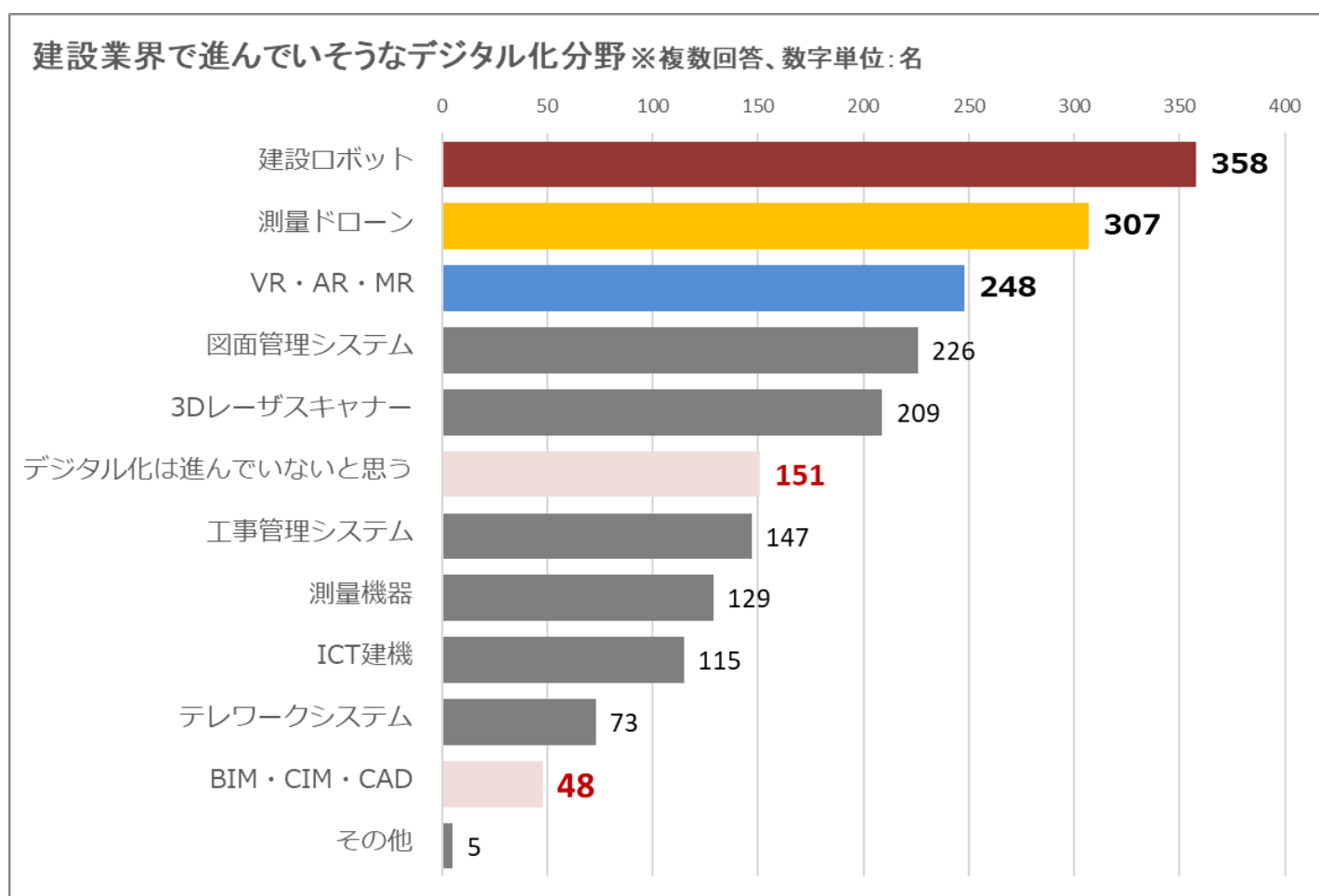


## 調査⑥『デジタル化が進んでいると思う分野は何か』

●まだ実務経験はないものの、大学生なりに「建設業界ではデジタル化が進んでいる分野もある」ことは認識しているようです。上位には、よく報道されている「建設ロボット」「測量ドローン」「VR・AR・MR」の活用があがっています。

一方で、「デジタル化は進んでいないと思う」との回答も一定数見受けられるとともに、建設業界では注目され、政府も推進しているに「BIM（ビム/ Building Information Modeling）」は 4.8%にとどまり、学生にはほぼ知られていないというギャップが見られます。

建設業界の生産性を高める手段として、現在、国や業界全体を挙げて取り組んでいるのが「建設 DX」です。デジタル技術の導入、特に BIM（ビム/ Building Information Modeling）によるデータの利活用で、建設工程全体の生産性向上を実現する動きを伝えることも、若い世代の入社獲得のカギとなりそうです。



以上

### 【本件に関する報道関係者からの問合せ先】

野原ホールディングス株式会社  
ブランドコミュニケーション課（担当：齋藤）  
E-Mail：[nhrpreso@nohara-inc.co.jp](mailto:nhrpreso@nohara-inc.co.jp)