

# 建設業就職イメージアップ動画の 作成及び広報業務参考資料集（作成：広島県）

1. 建設業担い手確保に係る県の全体業務モデル
2. 動画広報でターゲットに期待するロールモデル
3. 動画広報でターゲットに期待するロールモデル（ファネル分析）
4. 動画広報で期待する視聴者のロールモデル（AISAS）（例）
5. 建設業の担い手確保に向けたロジックモデル（29歳以下、技能労働者）
6. 建設業の担い手不足の構造とその対応

# 1.建設業担い手確保に係る県の全体業務モデル

アクティビティ

アウトプット

初期指標

中間指標

中間指標

長期指標

成果指標

## 委託業務の範囲

動画の作成

動画視聴による建設業のPR

建設業のイメージアップ・建設業の魅力の認知

建設業の就職への検討の機会の増加  
 ・建設業関連イベントの認知、参加  
 ・建設業の働き方の認知等

広島県就活サイトのアクセス件数の増加(若手)

若手(30歳以下)入職者の増加  
 目標:年間80人

※継続的な担い手確保のため、若手の入職が急務

サイトの作成

魅力発信サイトによる広報活動

担い手三法の事業者への周知

雇用者への担い手三法の浸透(低賃金等の是正)

条件が改善された求人の増加

建設業への就職を勧める人の増加(親世代)

建設業関連イベントの広報

建設業関連イベントの開催  
 ・学校関連  
 ・転職者関連

<成果指標>  
 業務ターゲットのうち、就職先としての建設業の可能性(自分が就職したい、または家族など周囲の人に就職をすすめたいと思ったこと)が「ある」と考える人の割合を、現状よりも継続的に5.2%増加させ、それを維持すること。

## 2.動画広報でターゲットに期待するロールモデル

認知

興味・関心

検討

購入

インターネットでの広報の認知

- ・ バナー窓
- ・ 新聞広報等の確認

動画視聴による就職魅力の確認

- ・ 3Kイメージの払拭
- ・ 女性でも可能か
- ・ 新3Kの働き方改革
- ・ 業界の雰囲気

就職情報サイトの確認

- ・ 就職先のイメージの構成
- ・ 何をやる仕事か
- ・ 何が楽しいのか
- ・ どういった条件
- ・ 適性はあるのか

実際の求人情報の確認

- ・ ひろしまワークスの確認
- ・ GO広島の確認
- ・ ハローワークの確認

成果指標

(1) 就職先としての建設業の可能性

チラシ等での建設業の認知

- ・ 建設業関連イベントのチラシ広報等

ポータルサイトによる情報の確認

- ・ 離転職の状況
- ・ 担い手三法の状況

就職相談における建設業の検討

職業訓練校情報の確認

周囲の人間からの建設業の認知

- ・ 両親
- ・ 実際の仕事現場の死人等

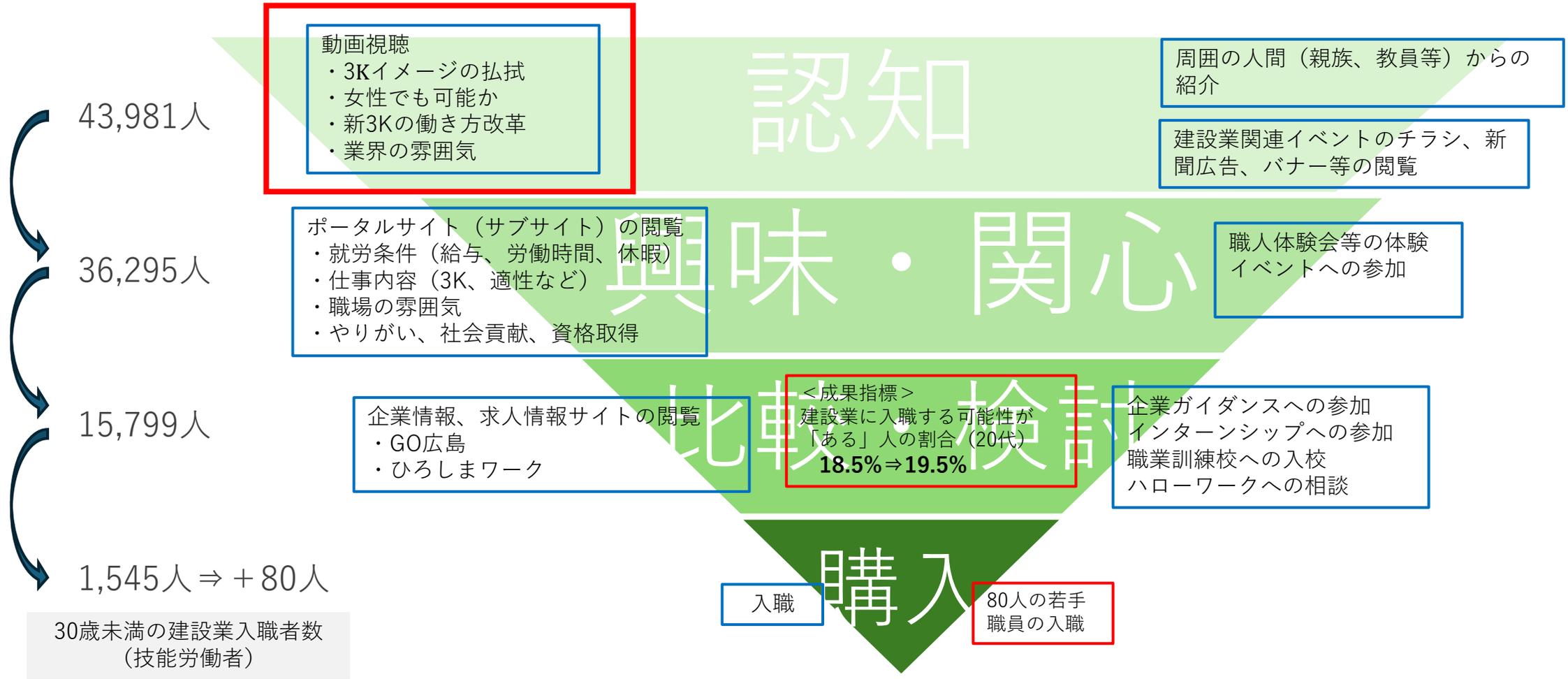
建設業の体験イベントへの参加

- ・ 実際の仕事の作業は？
- ・ 働いている人の声はどうか？

建設業の就職イベントへの参加

- ・ 働いている人の声はどうか？
- ・ 具体的にどういった作業を行うのか。

### 3.動画広報でターゲットに期待するロールモデル（ファネル分析）

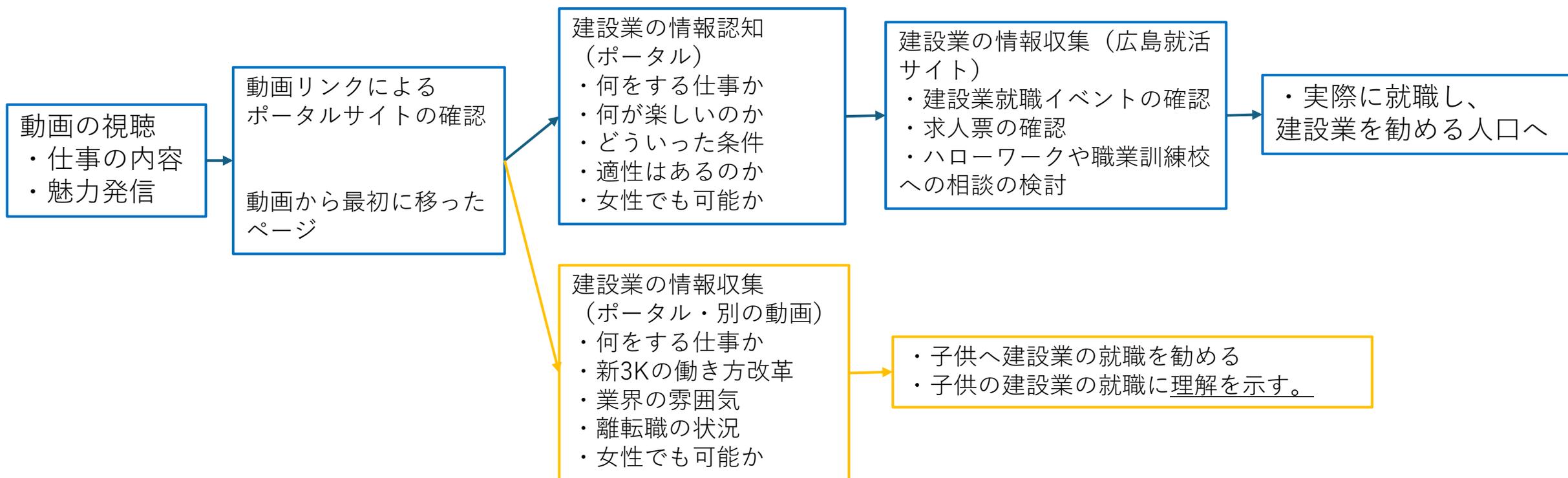


※数値は厚生労働省の「雇用動向調査」の入職者（30歳未満）の数値に「報告書」の回答の割合を利用し作成した参考数値

#### 4. 動画広報で期待する視聴者のロールモデル（例）（AISAS）



#### 若手（30歳以下）に期待する動画視聴者の動き



#### 親世代に期待する動画視聴者の動き

## 5.建設業の担い手確保に向けたロジックモデル（29歳以下、技能労働者）

