

KITAKEI-Report

No.128
April 2020

発行：北恵株式会社 〒541-0054 大阪府中央区南本町3-6-14 TEL.06-6251-6701
<http://www.kitakei.jp/>

建築業等のテレワーク

リクルート住まい
カンパニー調査

実施率は 9%

コロナウイルスの影響により、日本各地の自治体から不要不急の外出を控えるよう要請が出ている昨今、企業の危機管理対策として注目を集めているのが自宅等で業務を行う「テレワーク」だ。(株)リクルート住まいカンパニーが2月25日に発表した「テレワーク(リモートワーク)」に関する意識・実態調査」では「建築／土木／運輸系」に従事する回答者で「テレワークを実施している」と答えた割合は9%だった。また、「導入を考えている、興味がある」は18%だった。一方で、「テレワーク導入に興味がない、仕事の性質上導入は困難」という回答は73%だった。

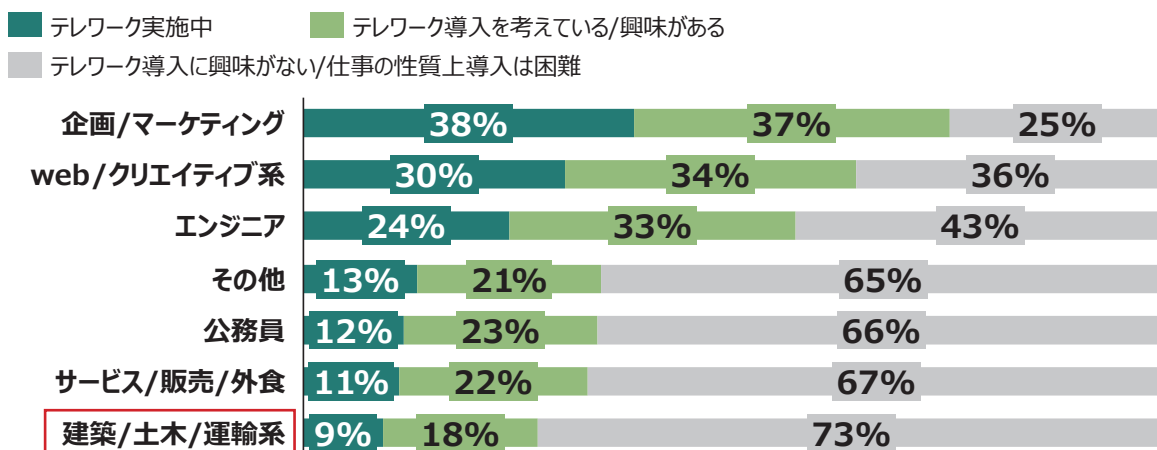
テレワークとは「tele=離れた所」と「work=働く」をあわせた造語で、ICT(情報通信技術)を活用し、時間と場所を有効に活用できる柔軟な働き方を指す。テレワークを導入することで通勤や往訪等の移動時間を有効活用できる他、結婚等による人材の離職防止についてもメリッ

トがある。政府は2012年度に11.5%だった企業のテレワーク導入率を2020年に3倍にすることを目標としている。

今回の調査では回答者全体で17%がテレワークを実施していると回答。また「テレワーク導入を考えている、興味がある」(28%)と合わせると潜在的に45%の実施者が存在することが分かった。職種別では、「企画／マーケティング」、「WEB／クリエイティブ系」、「エンジニア」、「営業」等、職場に行かずとも実施可能な業務内容の多い職種での導入率が高かった。

「建築／土木／運輸系」に従事する回答者を対象にテレワークの実施時間割合について尋ねた質問では、「働いている時間の10%未満」が48%と大半を占めた。以下、「10%以上30%未満」(21%)、「30%以上50%未満」(23%)、「50%以上70%未満」(4%)、「70%以上」(5%)となった。また、テレワーク(リモートワーク)を実

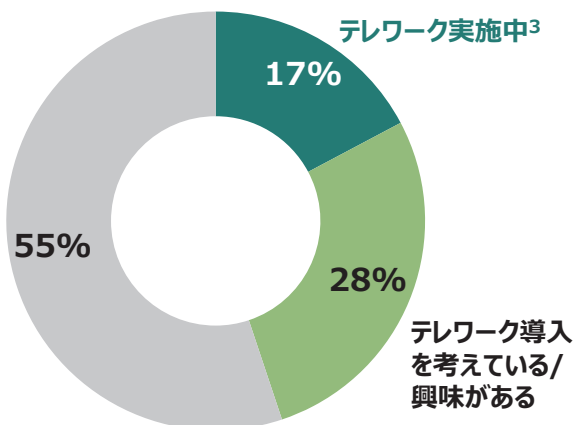
職種別テレワーク実施率(スクリーニング調査/会社員・公務員のみ/単一回答)



施し始めた時期については、5年以上前（8％）、4～5年前（2％）、3～4年前（3％）、2～3年前（26％）、1～2年前（26％）、直近1年以内（35％）だった。

調査はインターネットで行われ、東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県、茨城県、栃木県、群馬県、山梨県、長野県在住社で20歳～64歳の男女が対象となっている。期間は昨年11月22～25日に行われた。本調査サンプル数は1098サンプルだった。

テレワーク導入に興味がない/
仕事の性質上
導入は困難



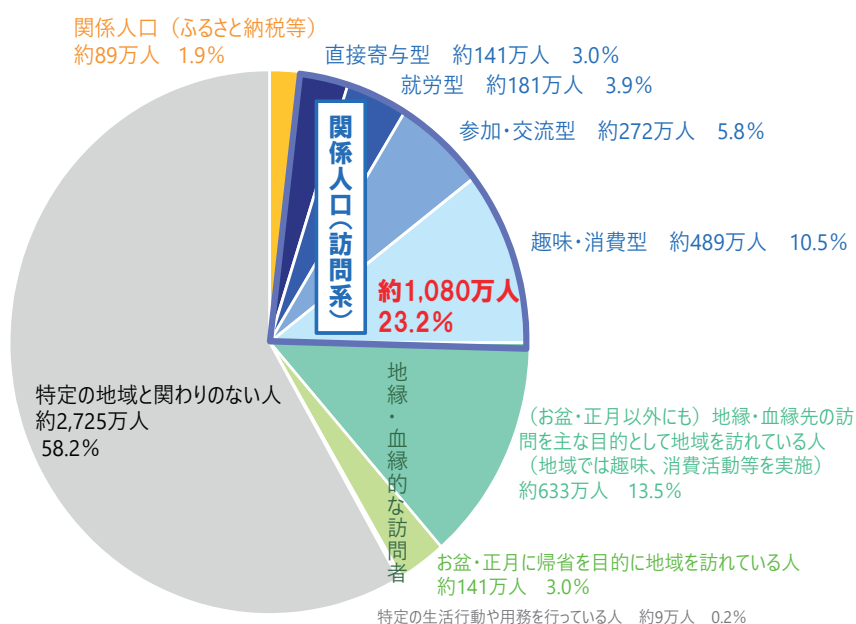
『関係人口』に向けた住まいの検討も

移住でも観光でもない形で、日常生活圏や通勤圏以外の特定の地域と、継続的で多様な関わりを持つ『関係人口』が注目されている。『関係人口』に向けた住まいづくりや、空き家を活用した宿泊施設や居場所づくりなどを進めるビルダーも出始めている。ただし、『関係人口』の実態は十分には把握されていないことから、国土交通省はこのほど、三大都市圏の実態調査を実施。18歳以上の三大都市圏居住者（約4678万人）のうち、23.2％（約1080万人：推計値）が『関係人口（訪問系）』だということが分かった。

特定の地域を訪問する『関係人口（訪問系）』の内訳は、▽地縁・血縁先以外の地域で飲食や趣味活動を行う「趣味・消費型」が10.5％（約489万人）▽地域の人との交流やイベント、体験プログラム等に参加する「参加・交流型」が5.8％（約272万人）▽地域でテレワークや副業を実施したり、地元企業等や農林水産業で働く「就労型」が3.9％（約181万人）、▽地域の産業の創出や地域づくりプロジェクトの企画・運営、協力、地域づくり・ボランティア活動への参加などを行う「直接寄与型」が3.0％（約141万人）——となっている。

『関係人口（訪問系）』の「関

わり先での過ごし方」は、地域ならではの飲食や買い物、自分の趣味や地域の環境を楽しむ活動を行っている人の割合が高い。また、地域の人との交流や人脈づくり、祭りや地域体験プログラムへの参加を行っている人がある程度存在する。「直接寄与型」が行っている活動は「地域のボランティアや共助活動への参加」がメイン。地域のまちおこしにつながるようなプロジェクトの企画・運営、協力・支援などへの参加も比較的高い割合となっている。「直接寄与型」が考える「地域との関わりを継続したい理由」としては、人との出会い・つながりがあることや共



（出典）「地域との関わりについてのアンケート」（国土交通省、令和元年9月実施）（三大都市圏の関係人口、人数ベース）

感を得られることが最も多い。また、楽しい、リフレッシュできる、成長できる等、自己の欲求を満たす目的の人の割合も高い。さらに、「直接寄与型」が考える「地域との関係性を深めるために必要な要素」としては、時間的な余裕の確保、地域の人とつながりを持てる場の確保、家族や同行者の理解、価値観の合う仲間の存在、

自分の能力・知識・経験などを活かせる機会の存在があげられている。

一方、「趣味・消費型」は、いま以上の関係性は求めている人が5割を超える。また、「参加・交流型」は、地域との関わりを深めたい傾向が若干強まることから、「地域との関わりを深めるきっかけを創出することが重要」としている。

工務店の事業承継「自分の子ども」が28・9%

後継者の不足や育成など、事業承継の課題が指摘される建設業界。調査会社はこのほど、工務店経営者を対象に事業承継に関する調査を実施した。事業承継に際し、誰に会社を引き継がせるかという質問では「自分の子ども」という答えが28・9%で一番多く、次いで血縁者以外の「在職中の事業責任者」が23・8%、「外部からの人材」が15・0%という順だった。また、事業を売却するという意見も7・0%あった。

事業を子どもに継がせない理由については、「本人の希望を聞いて判断したいが、仕事は自分で見つけて欲しい」、「子どもには子どもの夢や人生があるから」、「周りの家族経営している会社の業績が悪いのをみて」といった回答が寄せられている。

「事業承継に関する相談は誰にするか」尋ねたところ、『顧問の公認会計士・税理士』という意見が最も多く、36・1%だった。次いで『親族、友人・知人』が21・5%、『取引金融機関』が12・9%、『商工会・商工会議所』が8・6%と続く。

次の代に会社を継がせることへの不安については『安定した経営ができるか』という意見が

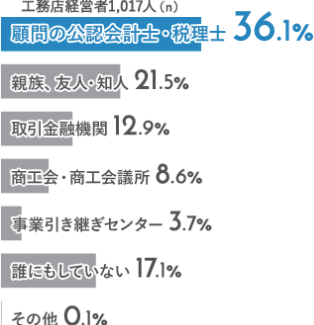
最も多く35・3%だった。次いで『周りにフォローしてもらえるか』が22・2%、『既存社員に受け入れてもらえるか』が21・0%、『取引先との関係に変化が起きないか』が13・5%、『金融機関との関係に変化が起きないか』が6・8%だった。

「現在取り組んでいる準備・対策」についての質問（複数回答可）では、『後継者の確保・教育』が36・8%で最も多く、次いで『後継者を支える人材の確保』が32・1%、『取引先との関係を維持』が28・8%、『金融機関との関係を維持』22・7%、『社内体制の見直し』が16・5%、『特にしていない』が14・5%、『事業承継計画の策定』が13・2%と続いた。

この結果について調査を行った会社は、「事業承継は、会社の全てを後継者へと託すため、後継者の確保は欠かせません。後継者探だけでなく、その周りの人々、承継後も会社が維持するために今のうちからできることなど、経営者は事業承継に向けて多くのことに取り組んでいるようです」とまとめている。

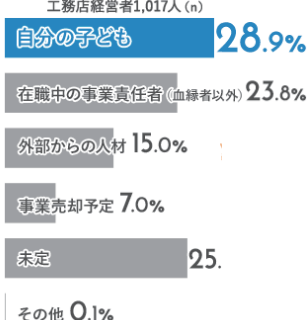
事業承継に関する
相談は誰にしていますか？

工務店経営者1,017人(n)



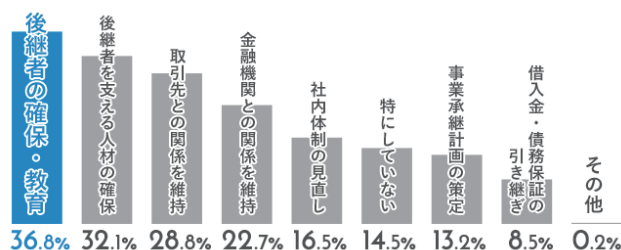
事業を誰に
引き継ぐ予定ですか？

工務店経営者1,017人(n)



現在取り組んでいる、事業承継への
準備・対策を教えてください（複数回答可）

工務店経営者1,016人(n)



キタケイの提供する2つのプライベートブランド
環境・ぬくもり・素材をテーマとした各種住宅資材 “ スプロートユニバーサル ”
天然木にこだわったフローリングや壁材 “ リラクシングウッド ”
企画・製造から販売までトータルにプロデュース、心からご満足いただける住まいづくりを
バックアップします。



[www. sprout-univ. com](http://www.sprout-univ.com)

環境 SPROUT UNIVERSAL BLUE こちよい住環境	ぬくもり SPROUT UNIVERSAL ORANGE 住まう人のために	素材 SPROUT UNIVERSAL GREEN 永く使ってほしいから



[www. relaxssingwood. com](http://www.relaxssingwood.com)

リラクシングウッド 無垢フローリング シリーズ

