

**建設業に対するイメージなど
アンケート調査結果
報告書**
(紙面広告ウェブアンケート)

平成 28 年 1 月

一般社団法人徳島県建設業協会

1. 調査の概要

(1) 調査の目的

徳島新聞朝刊に掲載した紙面広告『あなたのいのちをまもりたい この徳島をまもりたい』において、その購読者（徳島新聞購読者など）に対し、建設業に対するイメージや、紙面広告などが建設業に対する理解の増進やイメージアップに繋がっているかについて把握することを目的にウェブアンケート調査を実施。

(2) 調査の対象・日時（期間）

平成 28 年 1 月 6 日（木）の徳島新聞朝刊に掲載した紙面広告『あなたのいのちをまもりたい この徳島をまもりたい』において、その購読者（徳島新聞購読者など）に対し、ウェブアンケート調査を実施。（平成 28 年 1 月 6 日～1 月 15 日まで）

(3) 調査方法

紙面広告右下に掲載した QR コードからウェブアンケートに誘導。



(4) 有効回答

アンケート調査の有効回答数は 51。

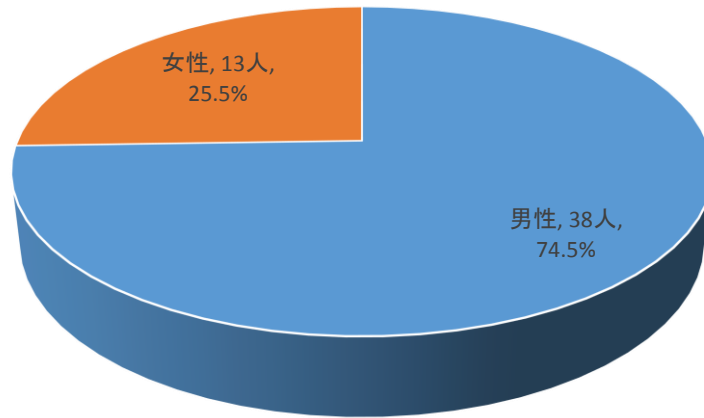
(5) 調査内容

別添、調査票を参照。

2. 調査結果(回答者の属性)

(1) 回答者の性別

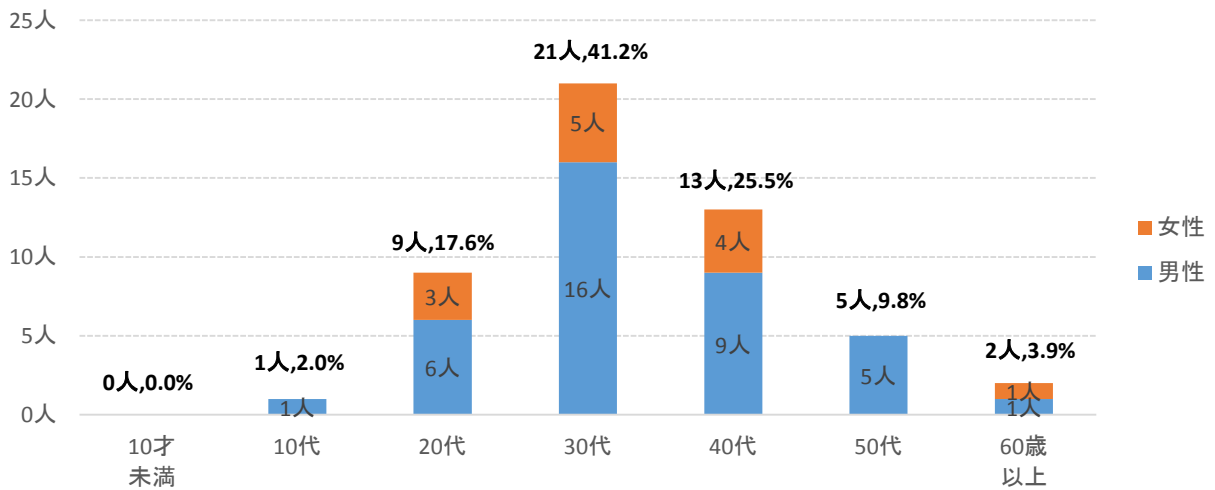
ウェブアンケート調査回答者（以下、「回答者」。）の性別は、男性が38人(74.5%)、女性が13人(25.5%)である。



図表-1 回答者の性別

(2) 回答者の年代

回答者の年代は、30代が21人(41.2%)で最も多く、以下、40代が13人(25.5%)、20代9人(17.6%)などであり、年代別の性別は下図のとおりである。



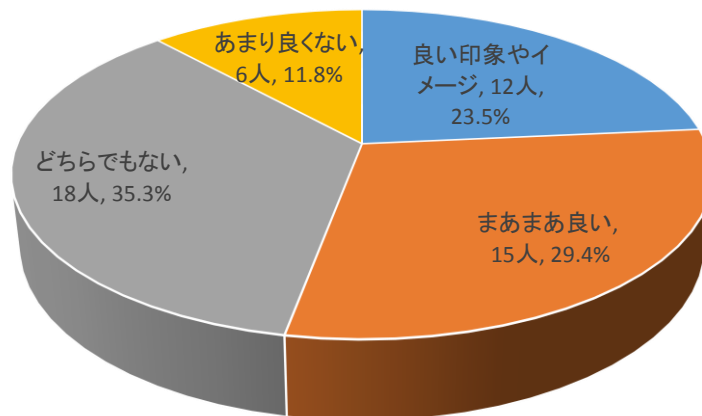
図表-2 回答者の年代

3. 調査結果

(1) 建設業に対する印象やイメージについて

建設業に対する印象やイメージについての回答をみると、「どちらでもない」が18人(35.3%)で最も多くなっている。また、「良い印象やイメージ」が12人(23.5%)、「まあまあ良い」が15人(29.4%)であり、両者を合計(以下、「良い」。)すると27人(52.9%)と半数以上が、建設業に対するイメージや印象は「良い」との回答である。

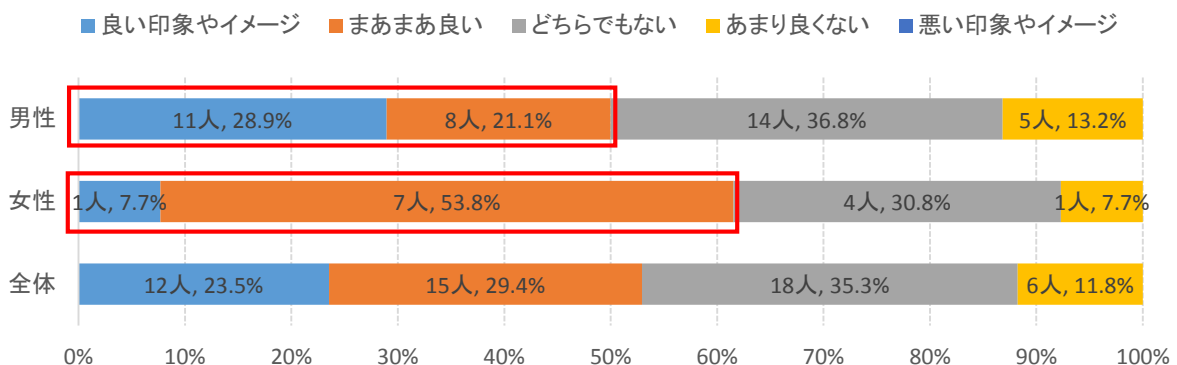
一方、「あまり良くない」との回答が6人(11.8%)、「悪い印象やイメージ」との回答は皆無である。



図表-3 建設業に対するイメージや印象

次に、建設業に対する印象やイメージについて性別にみると、男性では「良い」が19人(50.0%)に対し、女性は8人(61.5%)であり、女性の方が建設業に対して「良い」印象やイメージをもっている結果となっている。

また、年代別の回答は、図表-5 のとおりである。



図表-4 建設業に対するイメージや印象 (性別)

図表-5 建設業に対する印象やイメージ（年代別）

	10才未満		10代		20代		30代	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
良い印象やイメージ			0人	0.0%	4人	44.4%	3人	14.3%
まあまあ良い			0人	0.0%	2人	22.2%	5人	23.8%
どちらでもない			1人	100.0%	1人	11.1%	10人	47.6%
あまり良くない			0人	0.0%	2人	22.2%	3人	14.3%
悪い印象やイメージ			0人	0.0%	0人	0.0%	0人	0.0%
合計			1人	100.0%	9人	100.0%	21人	100.0%

	40代		50代		60歳以上		全体	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
良い印象やイメージ	3人	23.1%	1人	20.0%	1人	50.0%	12人	23.5%
まあまあ良い	7人	53.8%	0人	0.0%	1人	50.0%	15人	29.4%
どちらでもない	3人	23.1%	3人	60.0%	0人	0.0%	18人	35.3%
あまり良くない	0人	0.0%	1人	20.0%	0人	0.0%	6人	11.8%
悪い印象やイメージ	0人	0.0%	0人	0.0%	0人	0.0%	0人	0.0%
合計	13人	100.0%	5人	100.0%	2人	100.0%	51人	100.0%

○建設業に対する意見（年代、性別、建設業に対するイメージ）

[メッセージ・提言]

	性別	年代	イメージ
外から見てわからない部分も手を抜かないでしっかりお願いいたします。	男性	60歳以上	良い
地道な広報活動を行い、地域に密着する事と早い世代交代、またやる気のある人が活躍出来る組織作り役所がお客様では無い、エンドユーザーは住民。住民に必要とされる業界作りが必要。	男性	40代	まあまあ良い
今後も積極的にPRを行い、イメージアップを図り、業界の活性化を図っていただきたい。	男性	50代	どちらでもない
時代の変化に合わせたより安全な街づくりをお願いしたい。また、デザインにも工夫をお願いしたい。	男性	20代	どちらでもない
頑張っているんだなあと思う。	男性	20代	良い
建設業界の重要性は理解しております。現場をきれいに、作業をされる方が統一された制服で颯爽と作業をしていれば、イメージアップに繋がると思います。若い人が入るためには、見た目が一番です。	男性	50代	あまり良くない
災害時でも大災害に繋がる事が無いようにお願いしたい。	男性	30代	どちらでもない
建設業が災害時に活躍していることを広告で知りました。なくてはならない産業なので頑張ってもらいたいです。	女性	40代	まあまあ良い

[好意的な意見]

	性別	年代	イメージ
住まいや防災も含めたインフラの整備など、私たちの生活になくてはならない存在。	男性	50代	どちらでもない
現場職なのでかっこいいイメージもある反面荒くたいとも思う。厳つい。	女性	20代	まあまあ良い

[批判的な意見]

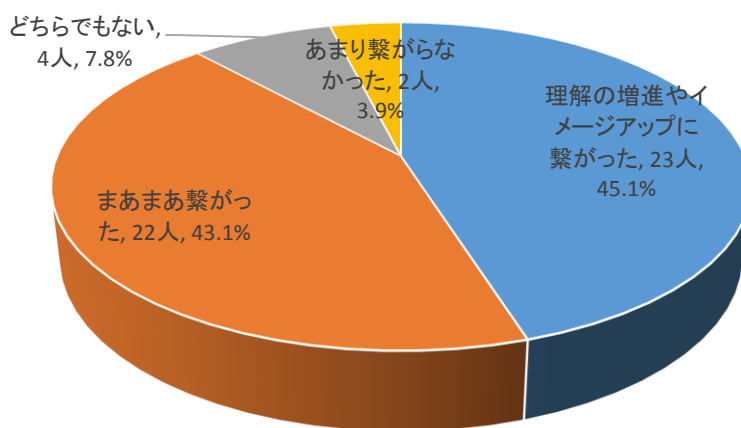
	性別	年代	イメージ
正直なところ見た目の印象は良くない。ガラが悪い人が多い。清潔感に欠ける。一方で社会基盤を支える重要な仕事をしていると思う。	20代	男性	あまり良くない
不正はやめて下さい。	30代	男性	どちらでもない

[その他]

	性別	年代	イメージ
知り合いの会社はいい人がいっぱいだが、悪いニュースも多い。	男性	40代	どちらでもない
危険だし、大変な仕事だな、と思う。	女性	30代	どちらでもない

(2) 紙面広告による建設業への理解の増進やイメージアップについて

新聞紙面広告により、建設業の取り組み等に対する理解の増進、イメージアップに繋がったかどうかについての回答をみると、「理解の増進やイメージアップに繋がった」が23人(45.1%)で最も多く、「まあまあ繋がった」と回答した22人を加えると45人(88.2%)が紙面広告を見たことによって、建設業への理解の増進やイメージアップに繋がったとの回答である。



図表-6 紙面広告による建設業への理解の増進やイメージアップ

次に、(1) 建設業に対する印象やイメージについての回答で、“どちらでもない” “あまり良くない” との回答者の理解の増進やイメージアップについてみると、まず、建設業へのイメージとして“どちらでもない”と回答した18人のうち15人(83.3%)が理解の増進やイメージアップに「繋がった」との回答である。

また、建設業へのイメージが“あまり良くない”との回答者6人のうち4人(66.7%)が理解の増進やイメージアップに「繋がった」と回答している。

図表-7 紙面広告による理解の増進やイメージアップ（建設業へのイメージ別）

	良い印象やイメージ		まあまあ良い		どちらでもない		あまり良くない		悪い印象やイメージ	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
理解の増進やイメージアップに繋がった	9	75.0%	11	73.3%	3	16.7%	0	0.0%	0	-
まあまあ繋がった	3	25.0%	3	20.0%	12	66.7%	4	66.7%	0	-
どちらでもない	0	0.0%	0	0.0%	2	11.1%	2	33.3%	0	-
あまり繋がらなかった	0	0.0%	1	6.7%	1	5.6%	0	0.0%	0	-
繋がらなかった	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	-
合計	12	100.0%	15	100.0%	18	100.0%	6	100.0%	0	-