

## ■■■ 家族と過ごす時間が増えました ■■■

### 『週休二日制普及促進DAY』アンケート結果について

#### ～ 働き方改革 週休二日制普及促進キャンペーン ～

岩手県内の行政機関及び建設業界団体が協働で、週休二日制普及促進キャンペーンとして、昨年度に続き公共工事を一斉にお休みする日『週休二日制普及促進DAY』を6日間※1設定して取り組みました。

この度、今後の週休二日制普及促進の取り組みを実施していくうえでの参考とするため、アンケート調査を実施しましたのでその結果をお知らせします。

アンケート調査において、週休二日に取り組んだ工事が着実に増加している事が確認されました。また、受注者の週休二日・土曜閉所に関する前向きな意見・感想や、発注者の適正な工期設定及び施工時期の平準化の取り組みをさらに推進していくことを踏まえ、**令和3年度は『週休二日制普及促進DAY』を毎月1回に拡大し※2、引き続き、建設産業界における働き方改革を推進して参ります。**

※1 2020年度：4月～9月の、第2土曜日の6日間

※2 2021年度：4月～3月、第2土曜日の12日間（8月のみ第1土曜日）

## 1 アンケート回答状況

【回答企業社数 411社】※28%（362/1,277：県内企業をベースに算出）

【発注機関別回答工事件数 2,972件】

・国	173件
・岩手県	599件
・市町村	922件
・その他 <small>（土地改良区、民間等）</small>	1,278件

合計 2,972件

（岩手県建設業協会及び岩手県建設産業団体連合会企業1,277社のうち362社から回答のあった工事件数に、県外企業の49社から回答のあった工事件数を加えて算出）

※岩手県建設業協会及び建設産業団体連合会の企業及び技術者にアンケートを実施。

※この他県内で工事を行っている県外企業の監理技術者にアンケートを実施。

## 2 アンケート結果

別添のとおり

<発表記者会：岩手県政記者クラブ、東北専門記者会>

### 【問い合わせ先】

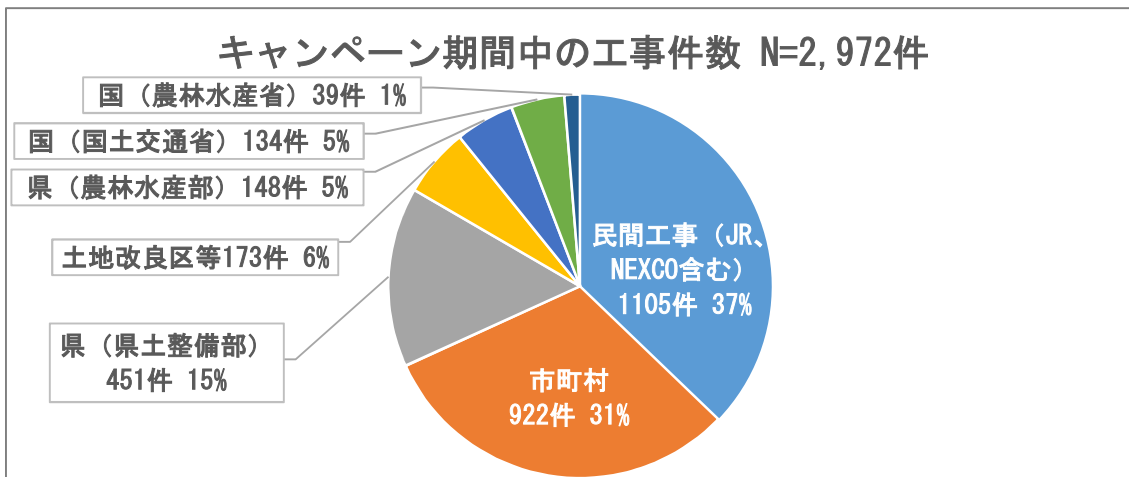
国土交通省 東北地方整備局	岩手河川国道事務所	TEL: 019-624-3131
	副所長（河川）	渡辺 敏彦（内線：204）
	計画課長	工藤 学（内線：261）
一般社団法人 岩手県建設業協会	TEL: 019-653-6111	
	専務理事	菊池 満
	企画課課長代理	藤村 誠一郎

## 2020年度 週休二日制普及促進DAY キャンペーンアンケート調査結果

### 1. 週休二日制普及促進DAYの実施状況

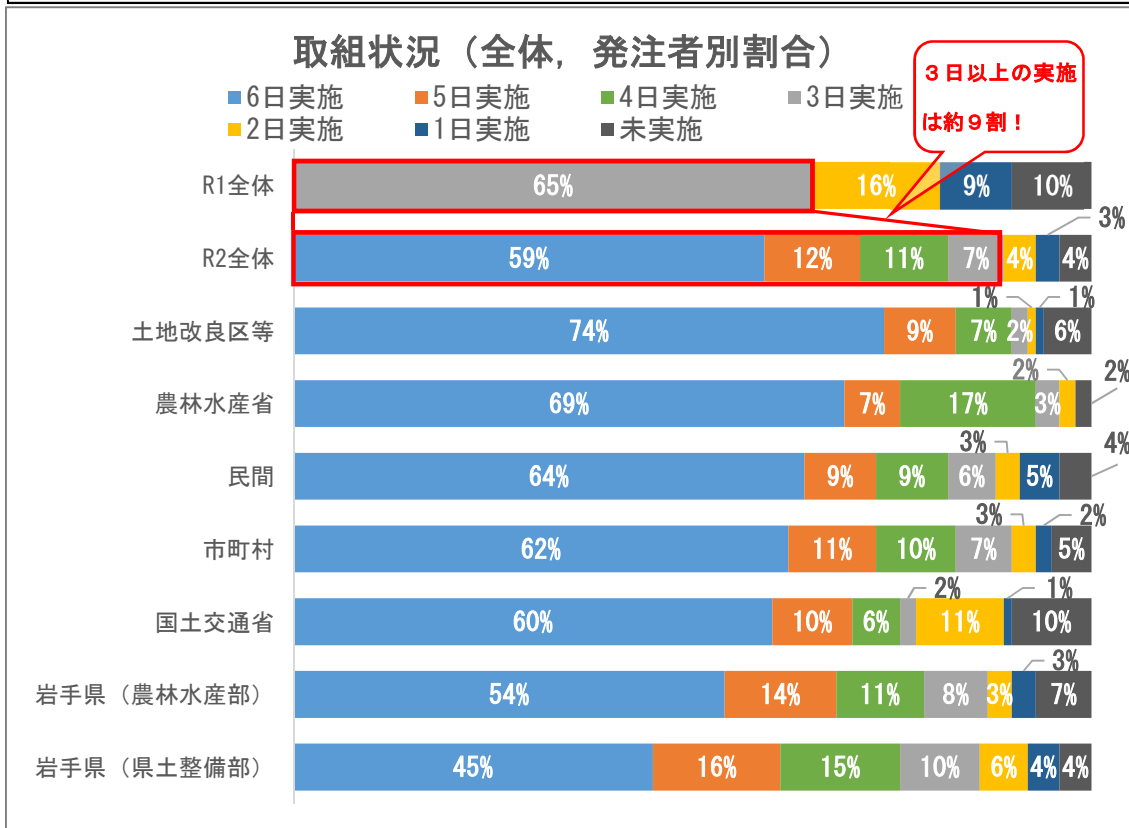
#### 1-1 キャンペーン期間中の工事件数（発注者別）

- キャンペーン期間中の工事件数は全体で2,972件。
- 発注者別では民間が多く、次いで市町村、岩手県(県土整備部)の順番。



#### 1-2 週休二日制普及促進DAYの取組状況

- 全6日間実施は全体の約6割。昨年度の全3日間実施は6割であり、対象日数全てに取り組んだ割合は同等だが、今年度は約9割の工事で3日以上の日数で週休二日普及促進DAYを実施。

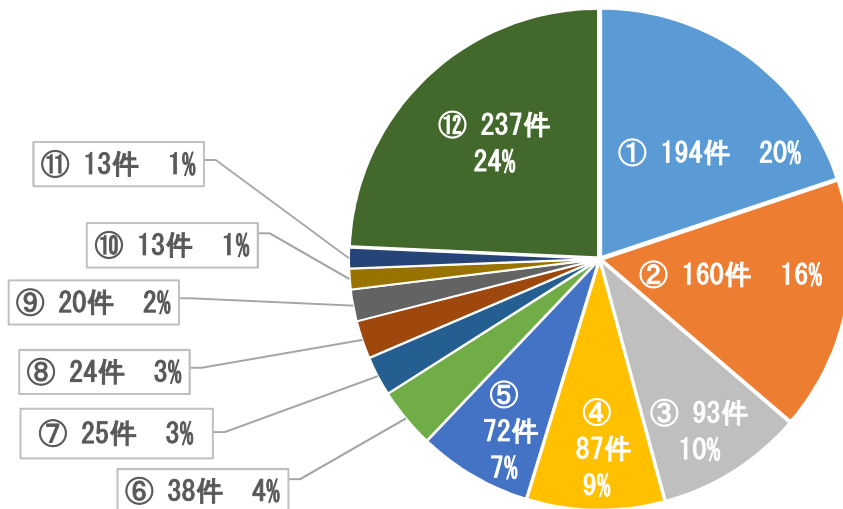


## 2020年度 週休二日制普及促進DAY キャンペーンアンケート調査結果

## 1-3 週休二日を実施できなかった理由は何ですか

- 未実施理由は、「降雨等による振替」が多く、次に「工程上やむを得なかった」の順番となった。
- 「その他」の理由では、「年間変形労働時間制のため」や「厳しい工期設定のため」「工程遅延の挽回」など昨年度に続き、工期・工程に関する理由が多くあった。

週休二日未実施理由  
【全体】



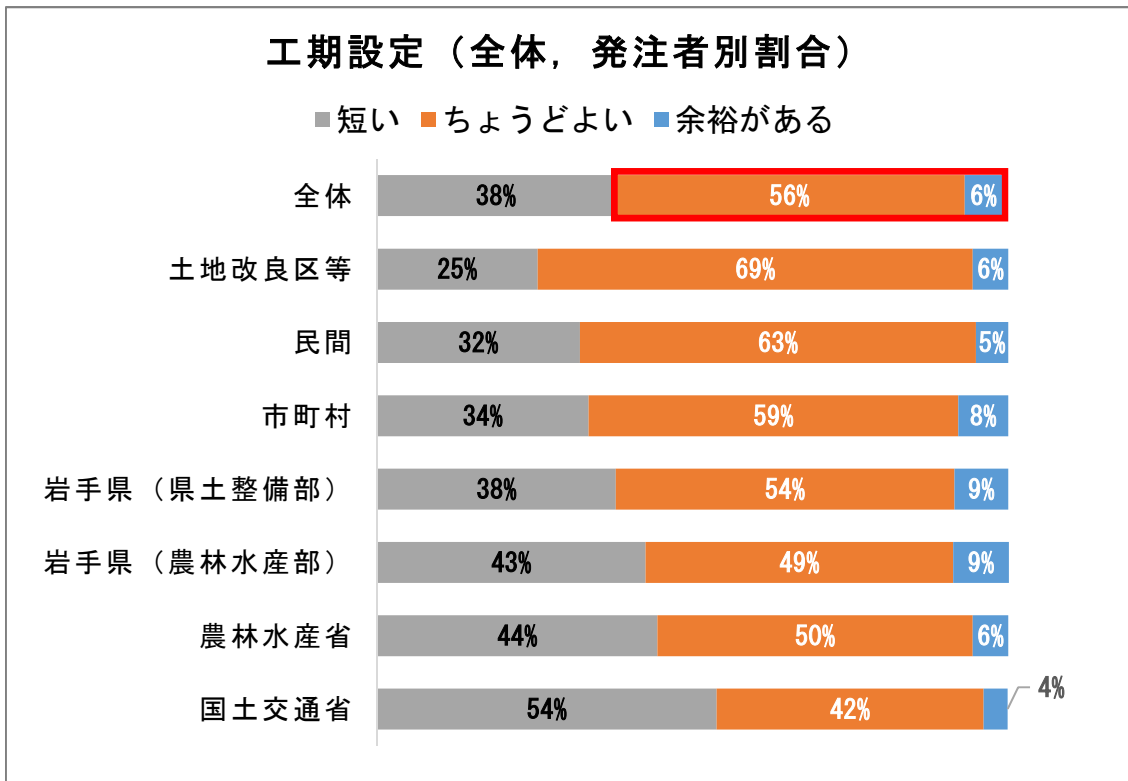
### ■未実施の理由

- ①降雨等による休工日の振替のため
- ②当初から休日作業を見込んで工程計画を作成しており、調整が困難で工程上止むを得なかったため
- ③下請け（協力業者）又は元請けから作業要請があったため
- ④日給月給により、作業員・技能者等が土曜日の作業を望んでいるため
- ⑤工期が不足し協議したが工期延長等をしてもらえなかったため
- ⑥災害等の緊急工事のため
- ⑦発注者側が週休二日の取組をしていないため
- ⑧地元や関係機関からの要請により作業日となったため
- ⑨週休二日の取組に対して、見合った費用が計上されるか不明（不安）なため
- ⑩週休二日制普及促進キャンペーンを知らなかったため
- ⑪週休二日の工事を実施しても評価に繋がらない（利益にならない）ため
- ⑫その他

## 2020年度 週休二日制普及促進DAY キャンペーンアンケート調査結果

### 2. 貴社が受注した工事の工期設定について

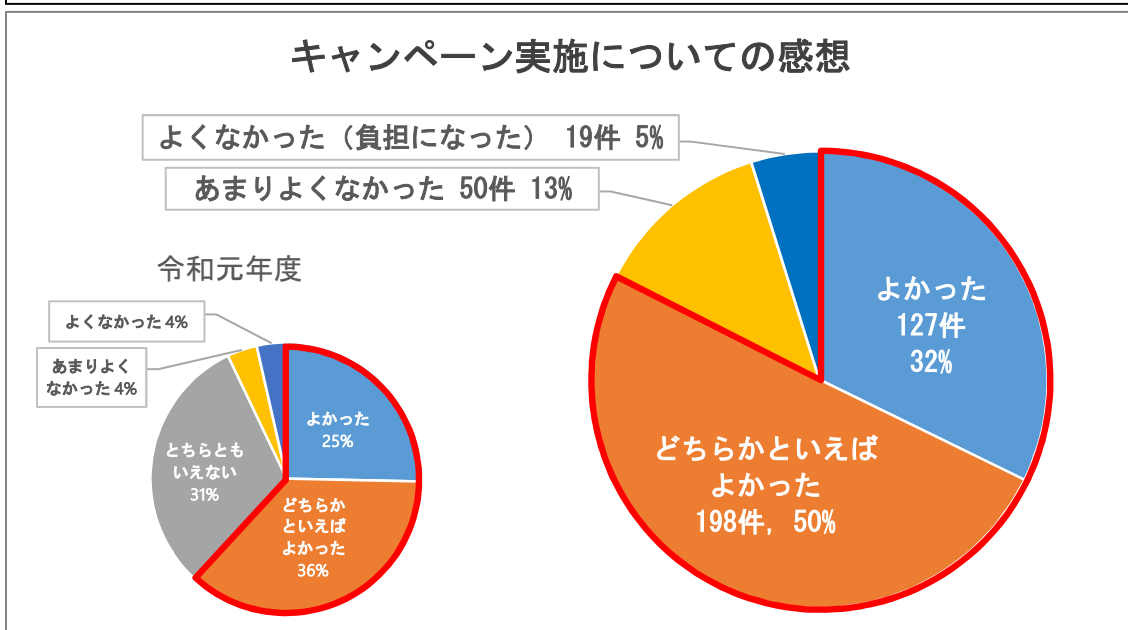
●工期設定では全体で見ると、「ちょうどよい」や「余裕がある」の割合が6割超となった。



### 3. キャンペーンの感想と今後の取組について

#### 3-1 キャンペーン実施についての感想

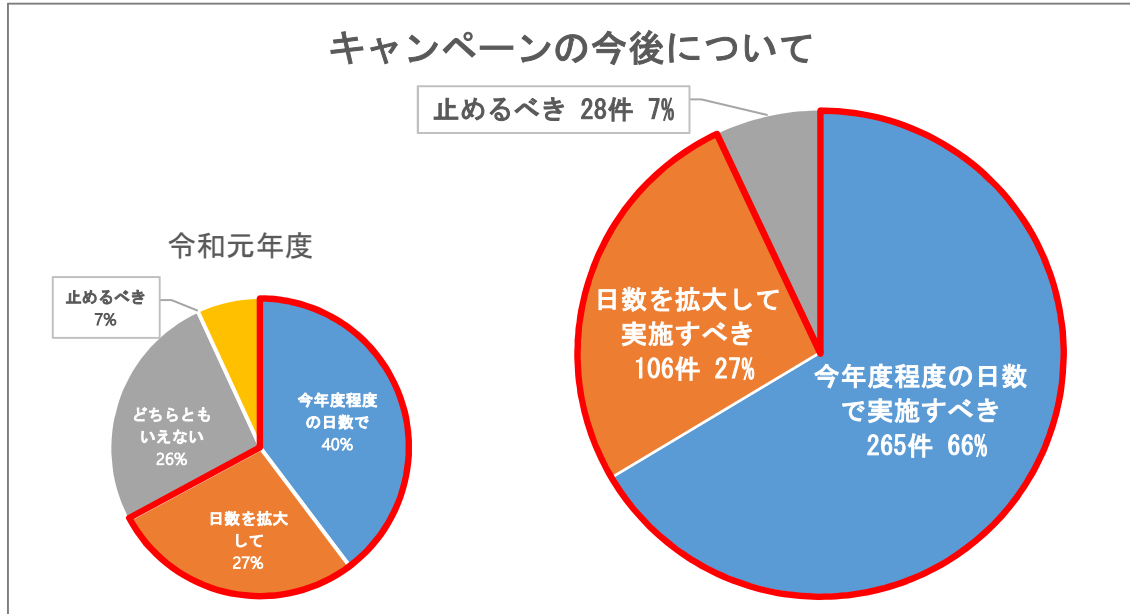
●「よかった」及び「どちらかといえばよかった」が全体の8割を超え、昨年度の6割から大きく伸びた。



## 2020年度 週休二日制普及促進DAY キャンペーンアンケート調査結果

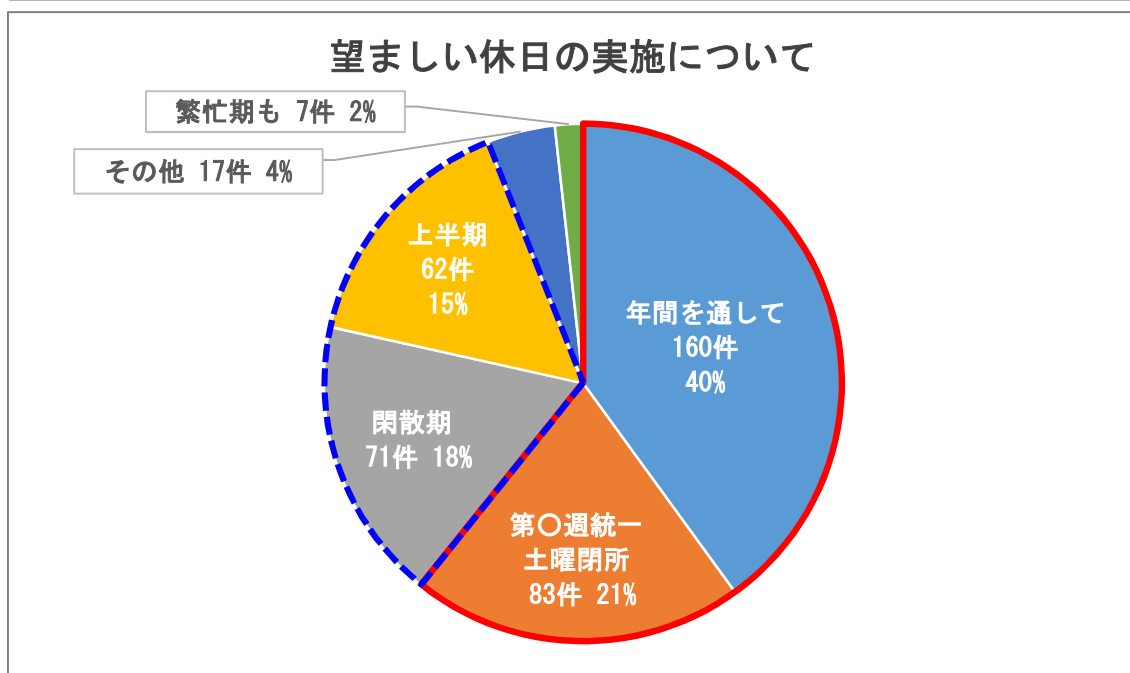
### 3-2 キャンペーンの今後について、どの様にしたらよいでしょうか

- 「日数を拡大」及び「今年度程度の日数」で実施が全体の9割を超えた。
- 一方、「止めるべき」との回答も昨年度に引き続き、1割弱あった。



### 3-3 今後のキャンペーン実施時期（期間）について

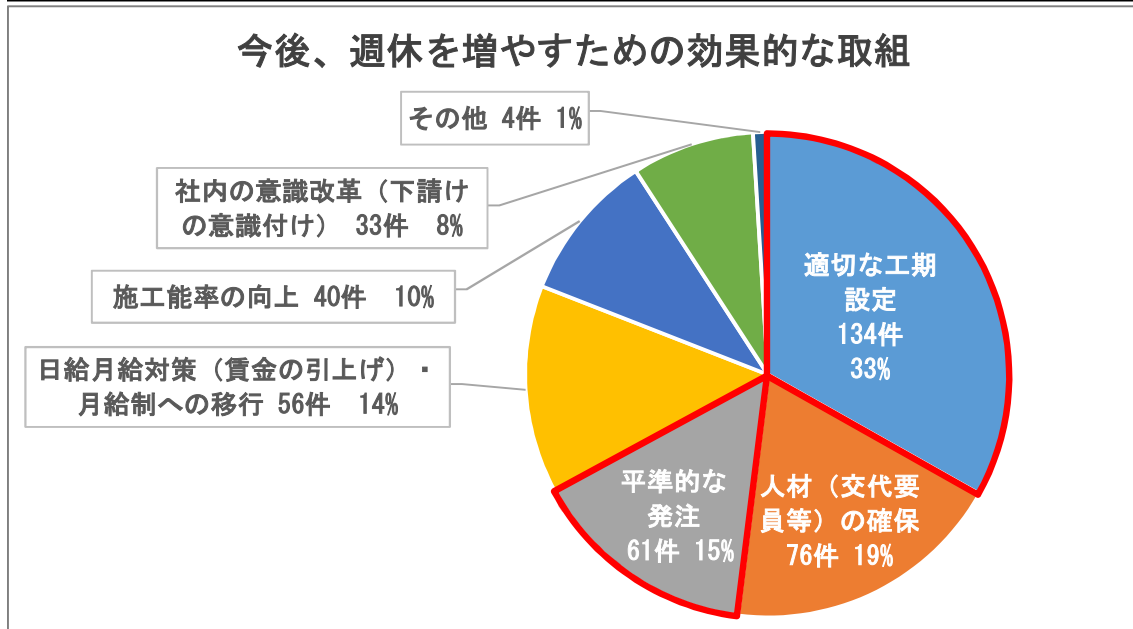
- 「年間を通して実施すべき」が4割と1番多く、「第〇週を統一土曜閉所として週を決めて実施すべき」と合わせて、前向きな回答は約6割あった。
- また、「上半期だけ実施」や「閑散期に実施」と時期・期間を限ったの実施を望む回答も約3割あった。



## 2020年度 週休二日制普及促進DAY キャンペーンアンケート調査結果

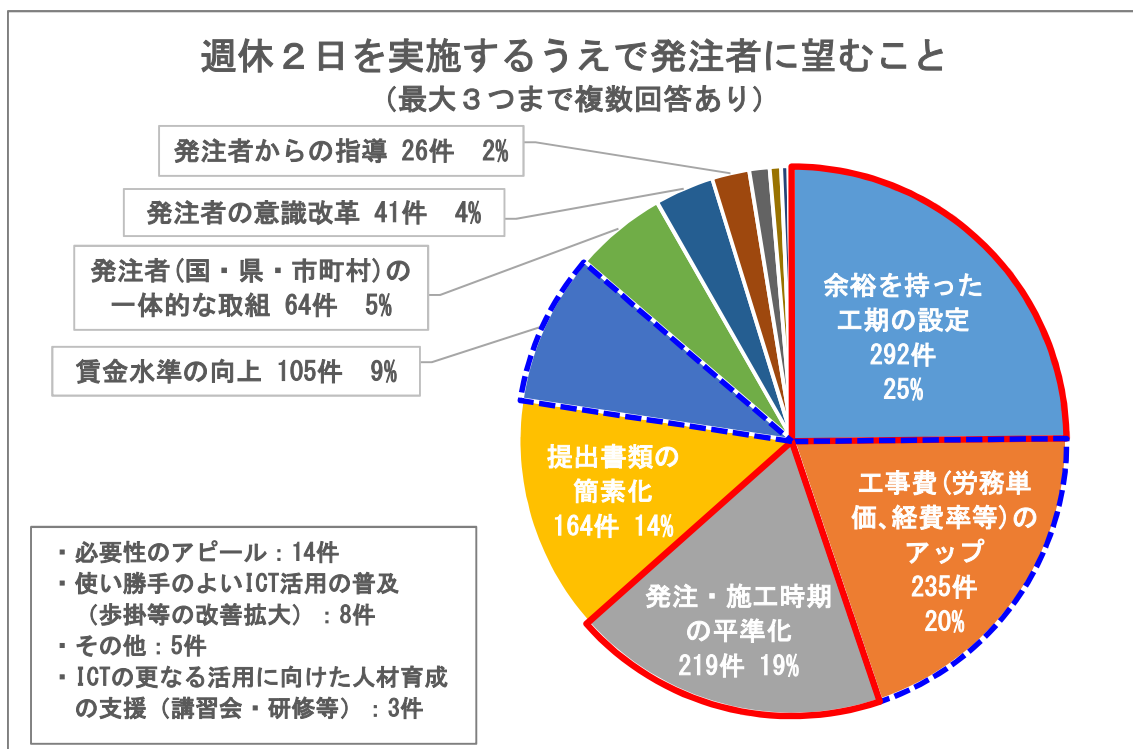
### 4. 今後、週休二日を増やすための効果的な取組は

- 「適切な工期設定」が1番目に多く、「平準的な発注」と合わせて、工期・時期に関する回答が約5割あった。



### 5. 今後、週休二日を実施するうえで発注者に望むことは何ですか

- 「余裕を持った工期の設定」の回答が1番多く、「発注・施工時期の平準化」と合わせて工期・時期に関する回答が4割超となった。
- 「工事費のアップ」「賃金水準の向上」を合わせて約3割あった。



## 2020年度 週休二日制普及促進DAY キャンペーンアンケート調査結果

### 6. 技術者の方から寄せられた意見・提案等

#### 【キャンペーン期間中の休日についての過ごし方、やってみたいこと】

- ・週休二日の実施により家族と過ごす時間が増えた。
- ・趣味に没頭したり体をゆっくり休めることができた。
- ・コロナ渦ですが、収束したら家族と旅行に行きたい。
- ・休日が増えることにより、翌週からの業務に向けて鋭気を養うことができた。
- ・農作業や普段やれない家事などをして過ごした。
- ・スキルアップ・資格取得のための勉強時間を確保することができた。

#### 【普段仕事をしていて感じること等】

- ・全員が休めるようにならなければ休みをとりづらい。
- ・週休二日で休みが増えることはいいことだが、下請けまではまだ浸透していない。
- ・賃金が向上する取り組みも重視してほしい。
- ・現場は天候や気候に左右されるため、工期設定も考慮してほしい。
- ・とにかく若い人材が足りない。
- ・提出書類が多く、現場作業が終了した夕方から残業して作成する必要があり、負担に感じる。
- ・余裕のある工事設定での工事発注はもちろんのこと、施工実態に合った歩掛、経費等に見直しが必要です。
- ・前もって2連休であることが分かっていると、気持ち的に余裕がもてる。