

KITAKEI-Report

No.201
May2026

発行：北恵株式会社 〒 541 - 0054 大阪市中央区南本町 3 - 6 - 14 TEL.06 - 6251 - 6701
https://www.kitakei.jp/

必要政策のあり方勉強会 国交省とりまとめ公表

国土交通省は4月3日、計7回にわたって開催した「今後の建設業のあり方に関する勉強会」のとりまとめを公表しました。とりまとめの中では目指すべき建設産業の姿として①「人を大事にする」産業、②真に「経営力」のある産業、③「未来に続く」産業、が示されました。

工務店にとって重要な民間工事の住宅建築について、今回の提言では「民間工事に関する発注者・受注者間のコミュニケーションの充実」が明確に盛り込まれています。

請負契約において現状はコストなどが不透明であり、関係者間での対等な立場でのコミュニケーションや労務費の行き渡りを阻害しています。また、口頭契約の慣行が根強いことも挙げられまし

た。施工時のトラブル要因となるほか、適切な契約変更の支障となります。

こうした状況に対する対応策の一つとして「コストプラスフィー契約」が挙げられています。これは諸外国における受発注者間の契約形態として採用されていることが多いもので、工事にかかったコストに受注者の報酬を上乗せする形式のことです。従来の方式よりもコストの見える化がはかれる上、適切な労務費を行き渡らせることが期待されています。

特に昨今は不測の事態が発生して受注側の努力だけではコントロールできない急激なコスト変動が発生することも少なくありません。コロナ禍やウッドショック、鋼材価格の高止まり、足元では

今後の建設業政策のあり方に関する勉強会 とりまとめ

1. はじめに

- 生産年齢人口の減少が、日本全体の総人口の減少を上回るペースで急速に進むことが確実である中、建設業は、災害の激甚化・頻発化、資材価格等の高騰、AI・デジタル技術の発展、スタートアップの興隆などの環境変化に的確に対応していく必要
- 「建設業が産業として重大な岐路に立っている」という認識を全ての関係者が共有し、持続的な発展に向けた思い切った取組が求められる

2. 建設業の特性と残された課題

「第三次担い手3法」施行を経て、なお建設業に残された構造的課題について整理

	(1)産業構造	(2)契約慣行	(3)働き方
特性と課題	<ul style="list-style-type: none"> ・業務量の整閑差の存在 ⇒経営の安定性を損なうおそれ ・重層下請構造 ⇒品質管理の低下、中間マージンの発生 ・中小、零細企業が圧倒的に多い業界構造 ⇒DX投資の遅れ、人材育成が困難 	<ul style="list-style-type: none"> ・請負契約におけるコスト等の不透明性 ⇒関係者間での対等な立場でのコミュニケーションや労務費の行き渡りを阻害 ・口頭契約の慣行が根強い ⇒施工時におけるトラブルの要因、適切な契約変更の支障 	<ul style="list-style-type: none"> ・日給制の慣行や不十分な退職金制度 ⇒建設業の魅力を損ない入職をためらう要因 ・天候や現場条件等の影響を受ける勤務環境 ⇒女性の登用や週休2日工事の拡大等を阻害 ・働き方に関する建設業特有の規制等の存在 ⇒柔軟な人材配置を制約

3. 建設業の目指すべき方向性

(1)取組に当たっての基本的な視点

視点Ⅰ 「信頼」の確保

建設業界で働く人材はもとより、発注者をはじめとするサプライチェーンにおける取引の相手方、将来の担い手である学生等とその保護者、教育機関等の関係者、ひいては地域社会を含め、幅広く国民・社会に「信頼」される産業であることが重要

視点Ⅱ 生産システムの「高度化・効率化」

建設工事の施工に関する取組(施工自動化等)のみならず、個社の企業経営(人材確保・育成、DX投資、多様な働き方の導入等)や、業界の構造・慣習についても、不断の見直しに取り組み、生産システム全体の高度化・効率化を進めることが重要

(2)目指すべき産業の姿

- ① 「人を大事にする」産業
⇒労働市場から信頼され、評価され、選ばれる産業へ
- ② 真に「経営力」のある産業
⇒取引先等ステークホルダーから信頼される産業へ
- ③ 「未来に続く」産業
⇒成長産業として発展を続ける建設業へ

出典：国土交通省

Report

中東情勢によるナフサ原料の製品値上がりが目まぐるしくなっています。各種製品の値上がり幅も40%と衝撃的な水準です。こうした中、より適正な契約形態として、コストプラスフィー契約への移行が示唆されています。

深刻な「人材不足」への対応も喫緊の課題です。ハローワークの求職者申込書に希望職種を記入した求職者を母数として集計した全職種の求人倍率は2月データで1.13倍となっていますが、建設業界全体では4.96倍、基礎関係では7.48倍、大工が4.29倍となっています。求職者よりも募集をかけている企業が圧倒的に多い現状であり、「基礎屋不足」に関しては慢性的に工務店経営者から厳しい現状が寄せられています。

これに対しては処遇の改善による対応として、

日給制から月給制への転換や建設退職金共済制度（建退共）の充実による不十分な退職制度の改善などが示されています。また、CCUS（建設キャリアアップシステム）の活用を徹底することにより、より適正な賃金が職人に払えるような仕組みへと整備します。

経営力の強化については国交省の資料の中で「地域建設業」という言葉とともに、経営力の強化について触れられています。資料では「特にトップ自らが現場作業を行うことも多い中小・零細事業者において、社内規則や人事評価制度等の整備、法令遵守の徹底、経営状況の適切な把握・分析など持続的な成長を可能とする経営体制の構築を促し、経営力の強化につなげていく必要がある」とまとめています。

(3) 必要な政策の方向性 ※主要なものを抜粋

①「人を大事にする」産業	②：真に「経営力」のある産業	③：「未来に続く」産業
<ul style="list-style-type: none"> ○更なる処遇改善 <ul style="list-style-type: none"> ・労務費の確保・行き渡りの徹底 ・月給制への転換 ・建設業退職金共済制度の充実（複数掛金制度導入、電子ポイントの活用促進等） ・CCUSの活用の徹底 ○働き方等の見直し <ul style="list-style-type: none"> ・変形労働時間制度等の徹底的な活用 ・より柔軟な働き方や労働力の融通について関係者間での検討の加速 ○人材育成の取組強化 <ul style="list-style-type: none"> ・業界全体で人材育成をサポートする体制整備 ・AI時代も見据えたリスキリング等の充実 ○技術者制度について「現場単位での最適化」等の観点からの見直し ○外国人材の適正な受入れ、地域との共生 	<ul style="list-style-type: none"> ○地域建設業の経営力等の強化 <ul style="list-style-type: none"> ・経営力強化に資する情報の経営者への発信 ・各社の経営力向上の取組に対する業界団体のサポート強化 ・第三次担い手3法の徹底。公共事業予算の安定確保。民間資金を含む柔軟な資金調達 ○規模のメリット（企業統合、ホールディングス化等） <ul style="list-style-type: none"> ・企業統合等に支障となる制度等の見直し ・事業承継へのサポート強化（関係機関と連携したマッチング支援等） ○民間工事も含めた業界全体での生産性向上 <ul style="list-style-type: none"> ・AI・デジタル技術の積極活用、技術開発・投資の促進 ・書類事務の簡素・効率化、システム連携等 ○海外への事業展開に取り組む中小事業者等への支援 	<ul style="list-style-type: none"> ○重層下請構造の改善 <ul style="list-style-type: none"> ・産業政策として取り得る選択肢の検討 ○業界慣行の不断の見直し ○女性や若者等への情報発信・イメージ改善 <ul style="list-style-type: none"> ・DX等により働きやすくなった建設業の実態や魅力、やりがいなどの発信を強化 ○災害時・物価上昇時等におけるコストプラスフィー契約の導入の検討 ○公共発注のあり方の検討 ○民間工事に係る発注者間のコミュニケーションの充実

【企業評価について】

- 経営事項審査などのあり方の検討
 - ・新たに評価すべき項目の検討（例：成長性、処遇改善の取組、経営に関して必要な能力）
 - ・評価制度の活用方策の検討（例：民間発注工事における活用、専門工事企業の評価のあり方）

4. おわりに

- ・成長産業として、あらゆる人材が将来に希望を見出せる建設業の実現に向け、関係者が一体となり、今後の建設業のあるべき姿や具体的な建設業政策について検討を行う場を立ち上げるべき

出典：国土交通省

低層非住宅の市場拡大 木造店舗標準化の報告も

地元工務店が手掛ける木造店舗が急速に増えています。全国のマクドナルドではドライブスルー型店舗を中心に木造化へ大きく舵を切り、標準化された在来軸組工法モデルを用いて、すでに100棟超を建築しました。地域材の活用も進み、工務店が参入しやすい低層非住宅の市場が広がっています。

林野庁は3月27日に木材利用促進本部を開催しました。これは木材の利用促進に関する重要事項の審議などを行う場であり、「建築物における木材の利用の促進に関する基本方針」に基づく措

置の実施状況を取りまとめて公表しています。

同日に取りまとめた令和7年度の実施状況では年間で着工した中高層木造建築物の床面積が約3.1万㎡と過去10年間で見て増加傾向の推移と

Report

なっていることや、国が整備する公共建築物のうち積極的に木造化を促進することとされた公共建築物の木造化率が100%にて推移していることなどが挙げられました。

また、建築物木材利用促進協定制度の活用状況に関しては令和7年12月末時点で192件が締結されており、足元では200件を超えています。建築主となる事業者がこの協定を結んでいると、国や地方公共団体による財政的な支援を受けられる可能性が高まります。

27日の促進本部で実績報告を行なった日本マクドナルド㈱も協定を締結した企業のひとつです。2023年2月の締結前にはすでに地域材を用いたドライブスルー向け木造店舗のモデル化（設計の標準化）を完了しており、締結後3カ年で計127店舗の木造店舗を建築してきました。

このほか、アルミルーバーから国産木材ルーバーへの転換などを行い、計386店舗で5566㎡の国産木材を使用してきた実績があります。木造

店舗では地元工務店でも取り組みやすいように一般流通材のスギ・ヒノキを使用した在来軸組工法を標準モデルに採用しているそうです。

集成材は極力使用せず、梁スパンや梁せいを抑えることで国産材の活用を拡大しています。よって空間にも柱が現しで設置されているが、これは「(空間の) 区分けやデザインの一環として工夫して使っている」(店舗開発本部青木卓也氏、以下同) と話しています。木造に舵を切った背景について担当者は「鉄骨造に必要な材料であるハイテンションボルトの納期が3カ月から10カ月に長期化した」ことを挙げました。

同社は年間で150店舗を手がけていく予定ですが、このうち6～7割を占めるドライブスルー店舗において木造化を推進していくとのこと。さらに建て方工事日数のさらなる短縮や、より現場に近いエリアからの木材調達、雪の降る寒冷地でも木造化を推進していくチャレンジなどに踏み切っていくことを今年度の目標として挙げました。

8割が住まい探しに影響 住宅購入見送る人も

㈱いえらぶGROUPは、不動産会社、エンドユーザーに対して「首都圏の住宅価格高騰に関するアンケート調査」を実施。有効回答953件の調査結果を発表しました。エンドユーザーに「首都圏の住宅価格が高騰していると感じるか」と質問したところ、「非常に感じる」(51.5%)、「やや感じる」(26.5%)、「あまり感じない」(4.6%)、「まったく感じない」(0.8%)、「わからない」(16.6%)という結果になりました。

不動産会社に「首都圏の住宅価格が高騰している主な要因は何だと思うか」と聞いたところ「建築資材、人件費の高騰」が78.3%と最も多く、次いで「土地価格の上昇／新築供給の減少」が62.3%、「海外投資家の参入」が44.9%でした。

続いて不動産会社に対し、価格高騰による影響を尋ねたところ、「購入を見送る顧客が増えた」が34.8%で最多となりました。

これらの結果から、首都圏では住宅価格の上昇がエンドユーザーの購入判断に影響を与えており、購入を慎重にする動きが広がっているとみえます。今後も住宅価格の動向が、住まいの購入意欲に影響を与える可能性があるようです。

現在「首都圏に住んでいる」、「首都圏で住宅購入を検討している」と回答した人に「首都圏

の住宅価格高騰は、住まい探しに影響しているか」と質問したところ、「大きく影響している」(41.4%)、次いで「ある程度影響している」(35.8%)、「あまり影響していない」(9.1%)、「まったく影響していない」(3.9%)、「高騰前に購入済み」(9.8%)という結果でした。

住まい探しへの影響についての回答から、「住宅購入時、価格以外で妥協できるポイントはどこか」を聞いたところ「築年数」が37.9%で最も多く、次いで「広さ」が30.9%、「立地」が29.9%でした。

さらに「首都圏の住宅価格高騰で、住まい探しの条件に変化はあるか」との問いには、「特にない」が42.3%で最多でした。

一方で、条件を変更した内容としては、「広さや条件を下げた」が23.1%、「エリアを郊外に変更した」が16.6%で、住宅価格高騰のなかでも首都圏での購入を目指し、条件面で妥協点を検討する人が一定数いることが分かりました。

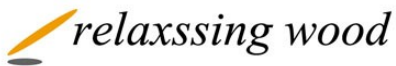
今後の価格動向次第では、購入行動に大きな影響を与える可能性があるとのこと。実際、首都圏の住宅価格高騰を受け、郊外、地方の中古物件や空き家に関心を持つ動きが一部で見られるといいます。

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 “ スプロウトユニバーサル ”
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

<p>環境 SPROUT UNIVERSAL BLUE こちよ住環境</p>	<p>ぬくもり SPROUT UNIVERSAL ORANGE 住まう人のために</p>	<p>素材 SPROUT UNIVERSAL GREEN 長く使ってほしいから</p>		



www.relaxssingwood.com

抗ウイルス・抗菌加工フローリング
ウイルスガードコートシリーズ

北恵だからできる。企画・製造・販売までトータルプロデュース。