

KITAKEI-Report

No. 68
March 2015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
<http://www.kitakei.jp/>

テーマ: 職人力で差別化を図る。

今、衣・食・住あらゆる世界で職人が見直されている。建築を内製化することで差別化を図り、成長している建築会社も出ている。標準化、規格化、効率化によるローコストな家づくりから、日本の伝統的な技術や技能を継承する家づくり、職人力で差別化を図ることを考えてみた。

1. 減少する大工職

2010年の国勢調査の結果では、大工職に従事する人は40.2万人、2005年からの5年間で14万人減少した。昨年実施された国勢調査の集計結果がまだ公表されていないが、25万人まで減少すると予測され、80年代に比較すると半減以下の減少となる。現状では、住宅着工戸数も減少しているため充足しているが、若年層の大工職への就労減少傾向や高齢化の進展は、今後の新築、リフォーム需要に対応するためには大幅な不足が懸念される。

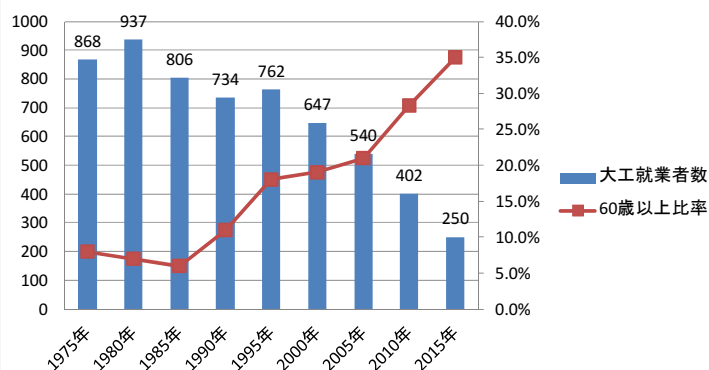
大工職の減少の背景には、工務店の多くは零細企業なので、大工職を社員化しているところが少なく、雇用形態が不安定で、雇用、労災、年金、健康保険など社会保障も十分対応できていないことや、大工職を養成する仕組みが十分でないことがあげられる。

全国の認定訓練校における木造建築科訓練生数は年々減少しているほか、大学における木造教育が極めて不十分な体制になっている点が指摘されている。

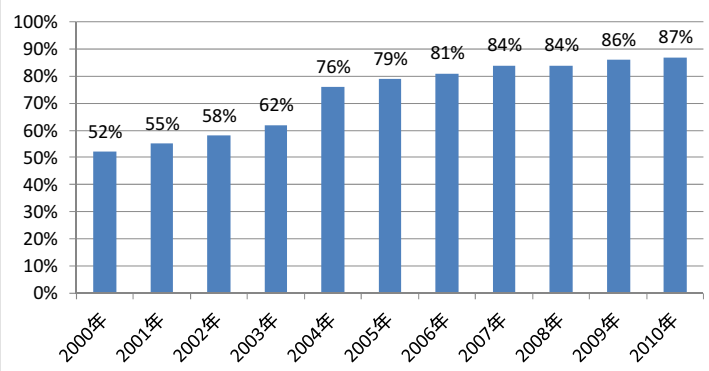
木造住宅分野は、大工・工務店等の職域であり、大学は一級建築士でなければ建てられない規模のRC造等の教育が主体であるという考えが根強く残っている。

外国人の活用や企業での大工育成が動き出しているが、焼け石に水である。大工を中心にした木造住宅の生産を続けるためには、毎年最低でも1~2万人の大工職の新たな人材の養成が必要といわれているが、現状は1000人以下である。

大工就業者数と60歳以上の比率



在来木造住宅の機械プレカットのシェア推移



2. 新築からストック重視の中で変わる大工職の役割

木造住宅の新築工事では、プレカットの 9 割に達する普及により施工の合理化が進み、部材の墨付けや加工といった作業は大工の手から離れ、造作を含め加工済みの部材の組立・取付が、今日の大工の主たる作業となった。しかし、増改築やリフォームの現場では、大工が構造から造作・仕上げ、工事の進捗管理と工事を担う重要な役割を演じ、本来大工が備えるべき技術が不可欠となっている。

プレカットの普及により新築の現場では、熟練した技術よりパワーと早さが求められるため、高い賃金を得やすい一人親方の増加を招き、大工技術の習熟度による賃金体系を崩壊させた。特に大規模なビルダーの世界では、本来持つべき大工技術の習得の機会を得られなかった中堅大工が増加し、年齢とともに組立工の先にある将来像が見出せないまま、組立工としての職に嫌気をさして、その多くが離職する結果となっている。

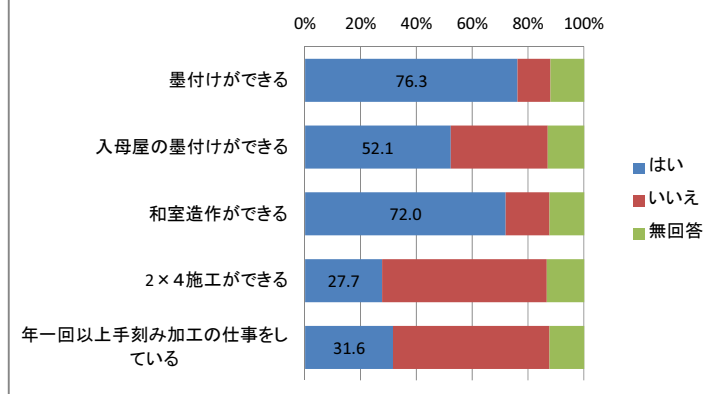
木造建築を理解し、木材の扱いなど関連する専門的な職能を備えた担い手を育成しなければ、人材の空洞化は今後一層深刻になることは明らかで、健全な労働市場の形成が危ぶまれる。木造建築の担い手のあり様や育成が求められている。

一方、住宅木材関連の業界では、大工がいなくても供給が可能な住宅生産の開発に本気で取り組みはじめた。木材業界では、国産での開発が始まったCLT(クロス・ラミネイテッド・ティンバー)等のパネル工法がある。また在来工法でも柱、合板だけでなく、断熱材、サッシ、胴縁まで工場で複合化し現場に持ち込む工法を開発したところも出てきた。躯体工事の建て方にも専門職が動き出している。大工工事か専門工事なのか曖昧な断熱材の施工も、断熱パネルのプレカット化が進み専門工事化が進んでいる。そうすると、木造住宅でさえも、大工の手を必要としなくてもよい現場が増えてくる。今時大工は鋸、鉋、鑿などの切削道具はほとんど使う必要がなくなっている。必須道具は釘打ち機、インパクトドライバー、タッカーなどの留め付け道具だ。墨打ちや刻みができる大工が非常になくなったと言われる。構造躯体はすべてプレカット工場任せである。

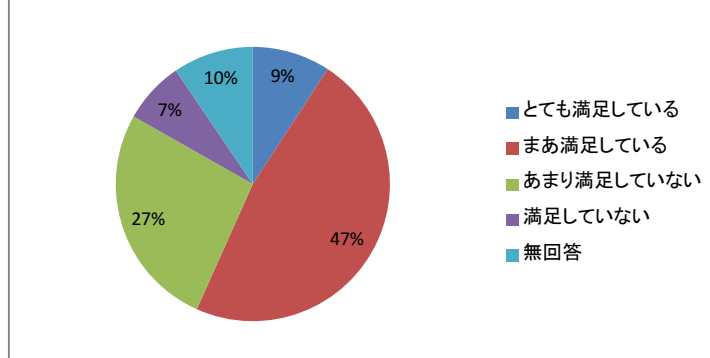
しかし今後、住宅市場は新築からリフォームや維持管理が主流になっていくことを考えると、木材素材から構造、仕上げまで総合的な技術、技能を持った大工職の役割が重視されてくる。

このような中で、国土交通省では、2012 年から「木造住宅施工能力向上、事業承継事業」として木造住宅の振興、木造住宅の生産過程や省エネ施工技術、維持管理・リフォーム技術等に関する幅広い知識・ノウハウを有する人材を育成するため、木造住宅の施工に関する住宅生産事業者の能力の向上及び技術の継承に対する支援を行っている。

大工職技能の状況



大工職の仕事の満足度



出典：大工・職人の実態に関するアンケート調査
一般社団法人木を活かす建築推進協議会
(2013 年 3 月)

3. 見直される職人の世界

今、「繕い裁つ人」という映画が話題になっている。「職人とは、モノを丁寧に作るだけでなく、人の繋がりをもつくる。」話は、神戸の街を見渡す坂の上にある仕立て屋「南洋裁店」。初代の祖母から店を継いだ2代目店主・市江が手がけるオーダーメイドの洋服は大人気だが、昔ながらの職人スタイルを貫く。手作りのため、量産はできない。市江はデパートからのブランド化の依頼にも興味を示さず、祖母が常連のために作った服を直し、たまに新しい服を作るという日々で満足していたが…。

注文住宅をつくる工務店にとって、何を置いても欠くことのできない要素は職人、特に大工の技能力である。昨今はあまり大工の腕に頼る仕上げが少なくなり、工務店経営者の中でも大工職人についてあまり重きを置かない経営者が増えている。

大工職人が家づくりの主役の座を設計者と現場監督に明け渡してから久しいが、今でも木造住宅の命は大工職人に掛かっていると言える。どんなに垢抜けたデザインを描いても、その絵に命を吹き込み、形にするのは大工を中心とした職人である。

工務店にとって、職人たち、特に大工は関連業者でも下請け業者でもない。その地位においては契約社員であり、経営上のパートナーでもある。つくる家の価値が大工技能力で決まるとするならば、工務店としてももっと職人に重きを置くべきではないだろうか。また、重きを置ける職人を育てるべきではないだろうか。大工を始めとして職人を大切にする工務店、これがものづくり型工務店の定義である。

2月23日の日経新聞に平成建設が「大工1000人への挑戦」という全面広告を掲載している。平成建設は、大工職人の社員化を早くから取り組み、独自の「建築工程の内製化」に取り組んでいる。大卒社員であっても技能習得を重視し、現場管理者や多能工として育成している。従業員545名のうち、大工職人は200名を超える。平成元年設立、年商160億円、経常利益6億円、注文住宅からリフォーム、賃貸マンション、医療介護建築など幅広く手掛ける工務店である。2013年度、経済産業省が選出する「おもてなし経営企業選」50社に選ばれている。

大工 1000人への挑戦

「大工」とは、木造建築の中心職人であり、日本の文化を次世代へ継承していくために、これからは大工の育成が最も重要です。

平成建設は、大工職人の育成に力を入れており、独自の「建築工程の内製化」に取り組んでいます。大卒社員であっても、大工の技能を習得し、現場で活躍できるように育成しています。

従業員545名のうち、大工職人は200名を超えています。平成元年設立、年商160億円、経常利益6億円、注文住宅からリフォーム、賃貸マンション、医療介護建築など幅広く手掛ける工務店です。

平成建設

注文住宅 / リフォーム / 賃貸マンション / 医療・介護 / 設計・施工

本社：〒410-0022 静岡県沼津市大岡1540-1 TEL: 055(962)1000
支店：静岡 | 豊田 | 日野 | 厚木 | 横浜

www.heiwa-kosei.co.jp

北関東を中心に不動産の販売を行うケイアイスター不動産株式会社は、職人を目指す若者を正社員として雇用し、職人の技術を伝承し、プロフェッショナルに育てる「社員クラフトマン制度」を取り入れている。2013年には初の女性が正社員として登用した。大工職や内装、基礎などを目指す高卒生を新卒採用し、約3年間の寮生活を通して職人の技術を伝承し、「クラフトマン」として伝統技能継承者の一人に育てあげ、としている。

ものづくり、手仕事が見直される中で、先進的な工務店では、先を読んで新しい取り組みを始めている。職人力を強化し、競争会社との差別化を図るという観点で自社の施工力、職人力を見直すことから始めてはいかがだろう。

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

住まいづくりのプロを支える、 プロフェッショナル サプライヤー。

ライフスタイルの多様化にともない、住まいづくりには、より高度な機能性・デザイン性・独自性が求められています。また、環境問題に対する意識の高まりとともに、“エコであること”も、スタンダードなニーズになってきました。このような時代において、北恵では、住宅資材・設備機器商社として、よりニーズにマッチした商品を提供。さらに、付加価値ある住まいづくりを実現するための商品開発や提案にも取り組み、「プロを支えるプロフェッショナル」として、住まいづくりをバックアップいたします。

KITAKEIを支える、4つの力
総合力で住まいづくりをバックアップ

- ・幅広い商品群
- ・プライベートブランド
- ・施工仕販先

プライベートブランド「スプロート」

KITAKEIでは、今の時代に求められるコンセプトとして「環境」「ぬくもり」「素材」という切り口を提示。この3つのコンセプトに沿ったオリジナル商品「SPROUT」を開発いたしました。ぜひ、新しい魅力に満ちた住まいづくりにご活用ください。

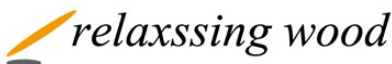
環境

環境をテーマとしたシリーズ。
24時間換気システムや乾燥暖房機、
輻射断熱商品など、住空間や
自然に優しい商品をご提案します。

ぬくもり

ぬくもりをテーマとしたシリーズ。
木製連続手摺や
飾り収納など、住まう人に
癒しさをご提案します。

素材



www. relaxssingwood. com

それは、自然の創った
けがれなき繊巧美。

ウイスキーオーク

フローリング・パネル

ピュアレックス

ウォームソリッド