



大手住宅会社における大工職強化の動きと今後の展望

今回の日合商解説（vol.116）では、大手住宅会社における大工職強化の動きと今後の展望について解説します。住宅業界では今、大工職人の人材確保が大きな課題となっています。そのような中、大手住宅メーカーを中心に、職人育成や施工体制の見直しといった動きが本格化しています。今回はその背景と実例、そして今後の展望について解説します。

INDEX

- ① 大工職の高齢化と若手不足が進む建設現場の現実
- ② 積水ハウスをはじめとした大手各社の人材育成への取り組み
- ③ 企業の競争力を支える人材戦略としての職人育成
- ④ “人材を取り合う時代”から“人材を育てる時代”へ

① 大工職の高齢化と若手不足が進む建設現場の現実

2030年には、全国の工務店のおよそ3割強が廃業に至るという見方があります。主な要因は、大工職の高齢化と後継者難です。若い世代の建設業離れも加わり、技能継承が途切れかけている企業が各地で目立ち始めています。

総務省や厚生労働省の統計によると、建設業の就業者に占める60歳以上の割合は26%と非常に高く、反対に29歳以下の若年層はわずか12%にとどまっています。特に住宅施工の要となる大工職においては、長年現場を支えてきたベテラン層が引退期を迎える一方で、若手の人材が思うように育っていない現状が浮き彫りとなっています。

人手不足の影響は着工ペースの鈍化や施工品質の安定確保にも波及しており、地域に根ざした工務店や下請け施工会社の中には、事業の継続そのものが危ぶまれるケースも少なくありません。

業界全体として、今後ますます「人材確保」が経営の最重要テーマとなっていくことは間違いないでしょう。

住宅業界の最新情報を常に発信

コンサルティング・WEB講演会
ホームページまでお問い合わせください

SHIMIZU HIDEO JIMUSHO

https://au-shimizu.co.jp/seminar_column

② 積水ハウスをはじめとした大手各社の人材育成への取り組み

こうした人手不足の背景のもと、大手住宅メーカーでは早くから人材育成に乗り出しています。たとえば積水ハウスでは、現場の中心的存在である「チーフクラフター」の待遇改善を進めています。

評価の高い30～40代の職人には年収850万円超という待遇を用意し、リーダー職の魅力を高めることで、若手のモチベーション向上や定着率アップを図っています。

積水ハウスは職人の確保を強化する	
人員体制	2033年4月に職人の数を7割増の1000人に
待遇	当面130人前後の採用を続ける 25年4月に初任給を最大3%増加 年間休日を125日から最大129日に
研修体制	講師役のトレーナーの人数を増員 1チームあたり約20人の実習人数を15人以下に

出典：日本経済新聞

また、自社の訓練センターを拡充し、トレーナー数を増員。1人あたりの新入社員の担当数を減らすことで、教育の質を高める取り組みも始まっています。さらに、スマートフォンを活用したアンケート調査で現場の不安や課題を拾い上げ、休日増など働きやすさの向上にも注力しています。

③ 企業の競争力を支える人材戦略としての職人育成

外注に頼る施工体制では、技術のばらつきや人材確保の不安定さが常につきまといます。これを受けて、大手では「人材の自社化」と「教育の内製化」が進んでいます。

また、建築基準法や省エネ基準の強化など、制度対応力の高さが企業の競争力にも直結する時代となりました。現場ごとに異なるスキルレベルでは対応が難しく、一定の技術基準を担保するには、計画的な職人育成が欠かせません。

加えて、住宅そのものの品質だけでなく、「どう建てられているか」が企業ブランドとして問われる時代にもなっています。安定した品質を生み出す施工体制があることは、顧客からの信頼を得るうえでも大きな価値となります。

④ “人材を取り合う時代”から“人材を育てる時代”へ

国内の建設現場で進む人手不足に対応するため、積水ハウスでは年間20～30名の外国人材を受け入れ、訓練校での基礎教育、現場でのOJTを通じて、施工技術だけでなく監督業務まで担える人材へと段階的に育てる体制を構築しています。このように、大手住宅会社の動きは単なる“人手不足への対応”にとどまらず、未来を見据えた“施工体制の再設計”と言えるものです。

外国人技能者の育成ステップ(積水ハウスの事例)



大手による職人育成の取り組みは、裏を返せば、中小工務店にとっては人材の“取り合い”にもつながりかねません。優秀な職人がより待遇の良い現場へと流れる中、地場の工務店ができることには限界がある、という現実的な声も少なくありません。

とはいっても、大手の取り組みを「真似できない」と切り離してしまうのではなく、「将来の方向性を示す事例」として捉えることが今後は重要になります。大手の人材戦略には、単に人を囲い込むだけでなく、待遇の見直しや研修制度の整備、外国人材の戦力化といった“構造的な改革”的ヒントが多く含まれており、そのエッセンスは中小にも応用が可能です。

もちろん、同じ規模・スピード感で実行することは困難ですが、小規模だからこそ、地域や取引先と連携して職人を「育て、つなぎ、守る」仕組みを考えることはできます。

たとえば、地域単位での若手育成のネットワークづくり、若者や親世代に向けた“職人という仕事の魅力”的発信、省施工型部材の導入による現場の負担軽減など、小さな一步を積み重ねていくことが、結果として自社の施工力の底上げにつながっていきます。

流通事業者においても、こうした中小施工会社の支援機能を果たす存在として、これまで以上に人材育成や現場支援に関与していくことが求められるフェーズに入っています。

今後、住宅業界全体で問われるのは、「どこが優れた人材を抱えているか」ではなく、「誰が、どう育てていくか」という視点です。中小工務店や流通事業者にとっても、人材育成は近々に着手すべきテーマとなっています。企業単体での解決が難しい今だからこそ、業界全体での共有・連携によって、人を育てる仕組みを築いていくことが問われています。