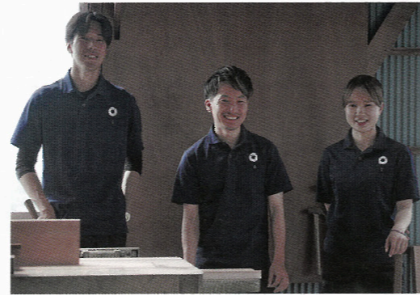


加工場で話す3人の大工たち。日々の仕事を通じて技術を継ぎ、同時に家守りの担い手として「住まいを継ぐ」ことを支えていく



社員大工の森上信彦さん(中央)と今年4月に大工見習いとして新卒入社した三宅諒雄さん(左)と柳瀬和夏さん



「家を継ぎ、技術を継ぎ、人との関係を継ぐ文化の再構築を目指す」と語る佐藤友也社長

工務店事例

家を継ぎ、技術を継ぎ、人との関係を継ぐ——「継ぐ文化」の再構築へ “家守り”の強化目指し、自ら考えて手を動かせる大工を育成

扇建築工房 [静岡県浜松市]

細部まで練り込んだ設計により、暮らしの豊かさや環境・景観への調和を両立する家づくりを具現化し、独自の世界観とブランドを確立している扇建築工房が、大工の採用・育成に乗り出した。同社社長の佐藤友也さんは、「住まいを守り、直し、次世代へ継いでいくために担い手育成を進めていく」と話す。その先には「家を継ぎ、技術を継ぎ、人との関係を継ぐ文化」の再構築を見据える。【編集部 関卓実】

今年4月、大学卒の三宅諒雄さん(23歳)と専門学校卒の柳瀬和夏さん(22歳)のいずれも新卒の若手2人を大工見習いとして採用した。背景には、「世代を超えて住まいを受け継いでいく仕組みや、それを支える大工の技術を次世代へと継承していく仕組みが地域から失われていく」ことに対する強い危機感がある。佐藤さんは「既存住宅を守り、生かし、次世代へ継ぐ仕組みを構築する重要性が高まっている」と力を込める。

そこで同社では、地域の「家守り」の延長線上に位置づけて、リフォーム・リノベーション事業の拡充を図りながら、家守りの担い手としての大工の育成を進める。佐藤さんは「建てて終わりではなく、住まいを長く守るための“接点”を持ち続ける

ために大工はなくてはならない存在」と語る。

既存住宅を生かし、直し、守り、継いでいくために欠かせないのが、「現場で考えながら手を動かせる人材(大工)」だ。それが、同社の大工育成の基本方針となる。新築住宅では、「ゼロから図面通りに施工する」という基本原則に基づく仕組み化や標準化により、品質を担保しやすい。一方、リフォーム・リノベーションでは、既存建物の状態を見極め、その場で最適解を導かなければならないこともある。「目の前にあるものに対して何をすべきかを自ら判断し、それを具現化する力が必要になる。最終的には現場と人の判断に頼る世界だ」(佐藤さん)。

だからこそ同社では、自ら考え、判断し、

<p>扇建築工房 所在地：静岡県浜松市中央区細島町10-1 設立：2002年10月 社員数：9人(そのうち大工3人、設計3人、施工管理1人) 年間受注：新築6〜7棟、大規模リノベ1〜2棟</p>
--

施工できる大工の育成に力を入れる。改修や修繕の現場に柔軟に対応できる大工を育てることは、結果的に、価格高騰や人口減少などさまざまな要因で新築需要の縮小が見込まれる市場の変化への経営的な対応力を高めることにもつながる。

リフォーム・リノベーション事業については、佐藤さんが代表を兼務するグループ会社「ファンリノベーション」が担う。今期からは、扇建築工房がオーナー約200世帯向けに提供してきた有償メンテナンスサポートをファンリノベーションへ移管。家守りの機能強化を図る。

リフォーム・リノベーションのブランディングや営業をファンリノベーションが展開し、設計や施工については扇建築工房が支援する形をとる。オーナーに対する家守りを手厚くしながら、住宅価格の高騰が深刻ななか、今後増加が見込まれる「新

経営 人材

築には手が届かない」顧客層のニーズにも応えていく考えだ。

大工を育てる“土壌”が整う

今回、新卒採用を可能にしたのが、3年前に社員化した大工・森上信彦さんの存在だ。現在、採用した若手2人は森上さんのもとの修業を積んでいる。

地域の工不足は深刻で、高齢化によって引退する大工が増える一方、工務店が育成にかかる時間やコスト負担を回避してきたため、若手が十分に育っていない現状がある。佐藤さんは以前から、「地域から大工がいなくなると、住まいを継ぐことそのものが難しくなる」と危機感を募らせていたが、同社は大工出身者が創業した工務店ではなく、社内に大工を育てる仕組みや文化がなかった。森上さんを社員として迎えたことで、ようやく育成の“土壌”が整った。

大工不足に歯止めがかからないなか、「外部の大工と家づくりへの理念や考え方を共有しながら、長期的に安定した関係を維持することが難しい環境になっている」と佐藤さんは明かす。自社で人材を育てることに踏み切った背景には、そうした懸念



扇建築工房の家づくりでは、丁寧に天然乾燥された地元の「天竜材」を用いる。全棟、大工が手刻みで加工する。山の文化を継ぐことにもつながっている



扇建築工房が手がけた住宅の事例。周囲の環境になじみ、地域の景観に溶け込む。これからの顧客は「地域や社会とのつながり」に価値を感じる層が増えてくと見ており、近隣に対して「開かれた庭」など住宅に“社会性”を持たせることを意識している。それは「人との関係を継ぐ」ことにもつながっていく



木の架構が見える真壁づくりの空間には、大工の手しごとや天然乾燥した無垢材の美しさがおのずと表れる。職人の技術や山の文化を継ぐ理念が設計思想に溶け込んでいる

もある。

そんななか、社員大工として森上さんを迎え入れたことで、同社のものづくりに変化が生まれた。最も大きいのは、設計と現場の距離が近くなったことだ。以前は設計側から現場へ考え方を伝える一方向のやり取りが中心だった。しかし現在は、森上さんから細かなディテールなども含めて、「こういう考え方なら、もっとこうした方がいい」と現場視点のフィードバックがある。

そうした意見が設計段階から反映されることにより、設計と施工の連携の深度が増し、結果的に現場管理の質も向上。佐藤さんは「建築やものづくりの幅が広がったし、クオリティも上がった」と実感している。



美しい風景や恵まれた自然環境の恩恵を受取る住まいが、その地域・場所ならではの「豊かな暮らし」を次の世代へ継いでいく

手しごとと地域材に宿る価値

こうした社員大工の存在は、家守りやリフォーム・リノベーション事業の拡充にとどまらず、今後の新築住宅市場においても重要な役割を担う。

同社の家づくりでは、構造材には天然乾燥の天竜材を採用し、すべて大工が手刻みで加工する。内装材や造作材などにも天竜材を中心に用いるほか、外装材では、グループ会社のファンマテリアルが製造する「天龍焼杉」が定番化している。構造材とあわせて大工の手しごとが見える化された真壁づくりの空間も大きな特徴だ。そこには「大工と手しごとを光を当てたい」という思いが表れている。

大工の手しごとを価値化することは、大工のやりがいや誇りの醸成と、その先には担い手の確保・育成、伝統技能の継承にもつながっていく。また、地域材の利用は森林資源の循環や地域産業の維持に寄与する。

佐藤さんは「今後の住宅市場では、性能や意匠だけではなく、地域の山や職人の仕事を継ぎ、住まいを継ぐ文化に共感してくれる人たちが増えていくのではないかと」期待する。

「地域や社会とのつながり」重視

人口減少と物価高騰が同時進行するなかで、新築注文住宅を建てられる顧客層は、必然的に絞られていく。佐藤さんは「限られた顧客層がどのような価値観を持つのかを見極め、真摯に向き合っていくことが求められる」と語る。

その顧客像について佐藤さんは「自分たちだけの暮らしの枠を超えて、地域や社会との関わりを目を向けられる人たちではないか」との見方を示す。そのうえで「我々づくり手としても、自分のためだけでなく、誰かの役に立つことや地域への貢献に意義(価値)を見いだせる人たちと共に仕事

をしていきたい」との思いを重ねる。

同社が近年、家づくりにおいて、「地域や社会とのつながり」をより重視しているのもそのためだ。物理的な性能や快適性、デザインといった価値はもちろん重要だが、それだけではなく、「その家が地域や社会にどのような意味を持つのかまで伝えていきたい」という。その表れとして同社が手がける住宅は、周辺環境への適合や景観との調和、まちや近隣に対して「開かれた庭」といった“社会性”を宿している。

大工から多様なキャリア形成も

佐藤さんは、三宅さんと柳瀬さんに対して、「大工人口の減少が危機的な状況の今だからこそ、その価値はむしろ高まっている。社会に必要な仕事を事業として成立させながら、次世代へ受け継いでいくことが自分たちの使命だ」と説明した。

その一方で、大工だけがキャリアのゴールではないとも伝えた。現場で一定の経験を積みながら、自分自身の指向や適性を見極め、設計や施工管理といった分野へ進む道もある。大工という体力的な負担が大きい職種だからこそ、将来の選択肢を用意する必要がある。

ベテランが後進育成やマネジメントへ移行し、その下で若手が技術を磨く。そう

した循環型のキャリアモデルを構築することで、持続的な組織づくりを進める。

地域工務店が担う「継ぐ文化」

同社は今後も、大工の採用を継続していく方針だ。そのために、新卒採用した2人の育成、成長過程を動画コンテンツとして記録し、自社のYouTubeチャンネルで公開していく計画を立てている。狙いは、大工という仕事の「リアルな姿」を伝えること。佐藤さんは「良い面だけでなく、失敗や挫折も含めて発信していきたい」と話す。

「良く見せることはいくらでもできる時代だからこそ、本当の姿に価値がある」。若者が笑顔で喜んだり、時にはうまくいかずに悔しがったりする場面を通じて、「なぜ大工を育てるのか、なぜ手しごとを守ろうとしているのか」—その本質に共感して入社してくれる人材は、結果として定着率も高くなるとの考えだ。

かつて地域の工務店、家を建てて終わりではなく、その後も長く住まいを見守る存在で、同時に家族の歴史や暮らしを知る、地域の「町医者」のような存在でもあった。佐藤さんは、そうした関係性を現代に取り戻したいという。そのうえで、「家を継ぎ、技術を継ぎ、人との関係を継ぐ」——地域工務店による「継ぐ文化」の再構築を目指す。