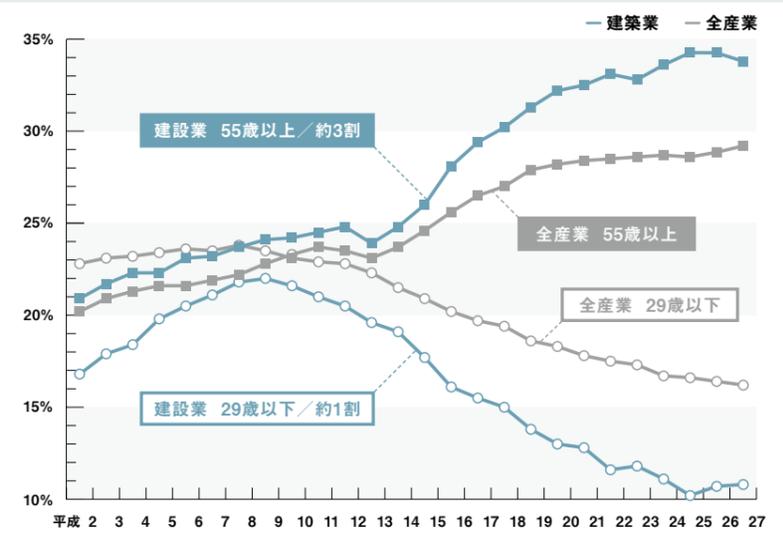


建設業就業者の高齢化の進行



進化が日々喧伝される時代ですから無理もないです。1980年代、うわごとのように繰り返していた、ポストモダン(近代以降)、という言葉の意味が、ついに実体化してきたということかもしれません。つまり、今起きている人材不足は、一過性の相対的な現象ではなく、根本的な変化だということ再認識が必要なのです。

建設業就業者は、55歳以上が約34%、29歳以下が約11%と高齢化が進行し、次世代への技術継承が大きな課題。*実数ベースでは、建設業就業者数のうち平成26年と比較して55歳以上が約4万人減少、29歳以下は同程度(平成27年)。

出典: 総務省「労働力調査」を基に 国土交通省で算出

建設業における、修行の終焉 遅れてくる贈与を待ちきれない心性

江戸の昔から、昭和の時代まで、日本人は、手に職をつける、という言葉をもっと大切にしていた。特に戦後、対米競争の敗北で国土は見渡す限りの焼け野原となり、日本人はその状態から、生存し食べていくことを第一義に生きてきました。手に職は、多くの日本人にとって、世間を渡っていくための必要条件だったので、そして建築の世界は、大工や屋根職人、左官職人など、多種多様な職を併存させる豊かな世界でもありました。外地からの引揚後、復興需要を当てにして建設業に参入した人々も非常に多かったのです。またその当時、終身雇用のサラリーマンでも、一生の仕事=職という意識は、転職が当たり前になった現代と比べてはるかに強かったと想像されます。しかし一方で、手に職をつけるのではなく、サラリーマン=月給取りになる布石としての大学進学率は、1960年にわずか8.2%だったものが、高度経済成長末期の1975年には27.2%と一気に増加し、その後2010年にはついに50%を突破。直近の2000年代では60%に近づく勢いで伸びています。日本人にとつての、手に職をつける、感覚は経済成長に伴う生活実感の変化とともに変質していったのです。

建築の世界で働く人々の実情に関して、その間に大きく変質したのは、修行、という感覚です。かつては、建築の世界に身を置いて、手に職を

つけて、自分の食いぶちを稼ぐようになるためには、苦勞を買って出るくらいの心構え、すなわち、修行が必要でありました。そのかわりに、根気強く、修行を積んでいけば、誰でも腕一本で食べていくことができると、それが江戸の町人文化以来の職分論の伝統でもありました。そもそも、修行、とは何であったか? を改めて考えてみると、修行は、遅れてくる贈与、だと思ってしまう。例えば師匠は弟子を一人前にしてやろうと心の中では思っています。しかしそれゆえに、あえて技術を簡単にマニュアル化しない方法論(修行)を要求しました。「技は言葉で覚えるのではなく身体で覚える」という文化なのです。しかし弟子の感覚では、ただ、ごき使われているだけだと感じる場合もあるのです。技の伝承プロセスを単なる賃金労働と捉えると、割に合わない……。そこが師匠と弟子の齟齬でした。

しかし、結果的には、教わる人の体内で、長年繰り返熟成される技の練度の賜物として、手仕事は独特のオーラを醸し出します。それが、いい仕事、と呼ばれるものの実像だったのです。一人前になつてはじめて、弟子は獲得できた技術を、その根源を教えてくれた師匠の、贈与、だ、と気づくのです。ですから、自分の弟子にも同じように、贈与、したいと思うわけです。しかし、情報伝達速度を増しながら肥大化する資本主義社会の中で、そのような言葉にならない、贈与、のレレシジョンは、不合理で時代遅れと認識され始めたのだ



まるで実物大のプラモデルのパーツのように海岸線に整然と並べられたLGSシステム建築の鉄骨パーツ類。1.8m×2.7mの長方形のパネルは、ボルトで接合されることにより、はじめて「柱」としての機能を受け持つのです。つまり組み立てによって「生まれ変わる」ということなのです。

戦後の高度成長、所得倍増が謳われた1955年以降には、もっぱら生産効率を上げて、大量にモノを生産することが最重要と認識されていきました。特に住宅の分野においては需要が供給を上回り、建築を合理化してあたかも工場モノを作っているような効率化と、品質管理、を行いたいという発想が生まれました。

高度経済成長が要求する大量生産が住宅建築のプレファブ化を促進

ろうと想像します。先述の大学進学率の伸びと軌を一にしながら、修行の文化は日本の建築の中から消え去りつつあります。そして、その当然の帰結として、日本の建築業は、プレファブリケーション=工業化の世界に突入していくことになるのです。



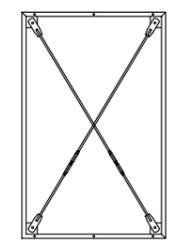
人材難と資材の高騰が 建築業の根本的な シフトチェンジを迫る

世界中を一律に混乱させたコロナ騒動がようやく沈静の兆しを見せ、ふと気がつくやうに社会の変化が目に見えて顕著になっていました。パブル崩壊後20年以上のデフレと言われる状況下で、低く安定、していた物価は、堰を切ったように上昇し始めました。それに連動して、この連載のテーマである建築分野における資材の高騰は、建築というビジネスの前提条件を変化させてしまうほどのインパクトです。実際の新築契約件数や着工件数にも影響が出始めています。

そして、それにも増して顕著なのは、建築をはじめとする製造業や飲食業など、身体を資本として技術を売り物にする産業、に対する若い人の気持ちの変化です。その結果、構造的な人材不足が起きています。明治の近代化以降、これほど建築業に人気が出なかったことは、歴史的にもかつてなかったことなのです。とは言え、AIやロボットのテクノロジーの

What's DAYTONA HOUSE×LDK ?

デイトナハウス×LDKの建築システムを構成するのが軽量鉄骨のLGSパネル。厚さ3mm~4mm、幅12.5cm、厚み5cmの「Cチャンネル」と呼ばれる部材を、横幅182cm、縦270cmの長方形に溶接して製作。デイトナハウスは、この基本の形を連結することで、住宅やガレージのみならず、別荘、店舗、賃貸住宅などの様々な建築を作っていく、全く新しい建築カタチとなっています。パウダーコーティングが施されたその鉄の素材感と、力の伝達を受け持つ「ブレース」が織りなす、インダストリアルで飽きの来ない空間のテイストも持ち味となっています。



時代が要請する 新しいプレファブリケーション建築の実像

高度成長期に大量生産の手段として登場したプレファブ建築。しかし今日の、低成長、人口減少の社会に変化していく中で大量生産の必要はなくなってしまいました。現在はその代わりに人材不足と価格高騰の対策としての新しいプレファブが必要とされる時代に入っています。新時代のプレファブの実像についてじっくり考えてみたいと思います。

LDK inc. 代表 玉田敦士

デイトナをはじめ、カーマガジンでの長期連載、ムック本であるCAR&HOMEにて、常にクルマと住宅の関係について提案し続けてきた建築プロデュース会社LDK inc. 建築設計はもちろんのこと、建築システムの開発や商品開発も行う。

www.daytona-house.com



土地の形質を「造成」と呼ばれるコンクリート固めによって大幅に改変することなく、自然のありのままに「寄り添う」ように建築するデイトナハウスの高床式工法「スパイキー-LGS」はまさに21世紀人の「わきまえ=作法」を体現した建築と言えるのです。

- ① 極めて合理的なシステムで省力化とわかりやすさを実現していること。
- ② 社会の多様なニーズにこたえる汎用性や拡張性を持っていること（システムの応用可能性が多岐であること）
- ③ 単なる「住むための箱」ではなく、住む人の長年の「愛着の持続」を喚起し、ライフバリューを保持していること
- ④ 安全性、耐震性や省エネルギー、エコロジーなど時代の要請による諸基準をクリアしていること
- ⑤ 他の在来建築とは異なり、大自然の中でも比較的簡単に建設可能であること

これらを成立させるプレファブ建築の、新しいカタチ。をどのように実現させるか？ あちらを立てれば

の考え方は時代のニーズに合っていない。では、その多様なニーズに沿った商品ラインナップを多数そろえるのか？ と言えば、商品によって特殊部品が増加し、部品点数が莫大に増加し、管理コストが増大します。それは本来のプレファブの本旨に合いません。逆方向の二要素の昇華。それが新たな時代の要請としてのプレファブシステム、すなわち、シン・プレファブアプリケーション建築、とここで命名したい新機軸なのです。シン・プレファブアプリケーション建築の成立条件として、ここで新たに指定すべき連立方程式は以下のようになります。

こちらが立たず……という袋小路をどう抜け出るか？ その化学反応を喚起する「触媒」とも言えるキーワードが、デイトナハウスが「セルフデザイン」と呼んでいる「ディスプレイ主義のノウハウ」なのです。

セルフデザインという考え方
愛着の持続と良好な住まいとの関係持続のために

従来のプレファブ商品は、基準となる壁パネルに、ユーザーの「好み」を類型化して、表面に様々な素材を貼り付ける。表面的バリエーションを構築してました。様々な表面材の順列組み合わせを「デザイン」と称していたのです。しかし、それは本質的な矛盾の突破にはなっていない。たではないか？ というのがデイトナハウスの問題意識です。システムの合理性を優先させれば、パネルのジョイントが主張し始めて「チープ感」が際立ち、それを解決しようとするれば汎用性が損なわれてしまふ。作り手の論理によるデザインの押し付けを脱却して、根本的な住まい手の「愛着の持続」を中心に、システムを再構築することが必要なのです。その際、「原点」に戻って考え直すことが重要だと思えます。

プレファブアプリケーション建築の「原点」とは何か？ デイトナハウスにとって、それはアメリカ西海岸に建つ「イームズハウス」です。1949年竣工ですから、日本が焼け野原の時に、カリフォルニアの影響たる森の中に建てられた、奇跡のような建築です。この建物は、細身の鉄骨柱と

遅れていると言われており、日本の大手ハウスメーカーは、その意味では地道に開発を継続してきたプレファブアプリケーション技術の見せ所ともいえる局面を迎えています。

それにしても、まさか敗戦後、日本人が憧れ続けたアメリカの住宅を、日本のメーカーがプレファブ技術を駆使して席巻するということ不思議さ。考えてもみなかった状況が現実化し始めているのです。今後、アメリカの消費者の目にさらされて鍛えられ、日本仕様とアメリカ仕様のハイブリッドを発展させた日本の大手住宅メーカーが、お隣の日本にそれを逆輸入するというケースも十分考えられるのです。その時案外、和室が標準仕様で復活しているかもしれませんね。

「修行の終わり」と再び時代の要請としてのプレファブアプリケーションの実現のための5次連立方程式

建築の仕事が「職人」という修行プロセスの末に獲得されるものだといふ日本の社会に由来からあった暗黙の前提は、「学歴階級社会」が固定化するにつれて薄れていきつつあります。そして2020年代に入ってから、建築に限らず、飲食業でも理容業でも深刻な人手不足に見舞われています。そのキーワードは、「修行」の終わりという価値観の変化に尽きると思えます。そしてこれは、日本社会の構成的根本的な変化の兆候なのかもしれません。一般には人手不足がこの観点から着目されることは少ないのですが、AI技術の一般的普及もあり、今、日本の社会に、「働く」生きて

トラサ梁で構成された軸組建築で、明らかに戦後のベビーブームによる人口激増を解決する方向性を持ったプレファブアプリケーション建築です。しかし、その写真の豊かな吹き抜けの住空間は、現在でも全く古めかしさを感じさせない独特の豊かさを感じさせられるのです。しかし、建築屋としての立場から注意深く見直してみると、露出した建築の主体構造は、極めてシンプルでそこに特段の変形や工夫は見られません。

つまり、この空間の豊かさを醸し出しているものは、イームズ本人の愛着の品々のディスプレイなのです。それがシンプルな鉄骨露出の構造体や、大きなガラス面から見える鬱蒼たる木々の緑と呼応して、唯一無二の「幸せな空間」を構成しているのです。むしろ、イームズはあらかじめ、彼の愛着の品々のディスプレイを想定して空間を構成したのだらうという印象を我々は感じるので、ここに、「原点」として浮かび上がってくるキーワードが、「ディスプレイ主義」なのです。

記号的な表面材を貼り付けて、色彩や素材感を空間に氾濫させ、それを商品とする行為自体を意図的に捨象



第二次大戦直後の1949年にアメリカ西海岸の影響たる森の中に建築された「イームズハウス」は、戦後のベビーブームの人口増大への対処策であるとともに、自然と共生する作法としての「ディスプレイ主義」を体現した、一歩先を行くプレファブアプリケーションのプロトタイプだったと言えるのです。

してしまうこと。むしろ住まい手本人によるディスプレイを想定して、それに最適な空間を構成すること。その時空間のデザイナーは住まい手本人となるのです。必然的に長年の「愛着の持続」を喚起し、大切に住まうことによるオーラが充満した空間がライフバリューを増幅するのです。

デイトナハウスは、イームズハウスへの「原点回帰」を経て深い考察に基づいた商品システム「LGSシステム」を開発しました。色彩的にもできる限りディスプレイされる品々と色彩的に喧嘩しないよう、チャコールグレーや白に統一しています。そのようにして、上記①～⑤の諸要素を同時成立させ、新しい時代の要請としての「シン・プレファブアプリケーション建築」を実現しています。

それが日本におけるプレファブ建築の起こりです。それは生産効率と利益率を優先させるもので、工業化住宅と呼ばれていました。製造工程は流し作業で、作業に当たる人は、修行を積み、プライドを持った、職人ではなく、労働組合に所属する、工員（労働者）です。

1955年当時、ダイワハウス、積水ハウス、パナホームなどが相次いで工業化住宅に参入し生産を開始しましたが、日本人の独特の生活様式をプレファブで商品化するという事業は大変な難しさがあったと想像できます。また、各メーカー間でモジュールの統一が図られることはなく、まちまちでした。その結果、生産者側の論理、がどうしても商品の肝心な部分で露出してしまい、「デビュー

当初の売れ行きははかばかしくありませんでした。そして日本人は工業化住宅を「プレファブ」ではなく、和製英語の「プレハブ」という名称で呼び、「廉価版」的な言葉のイメージが付与され、在来の大工さんが造る住宅と区別していたのです。

しかしその後、各メーカーは日本人の生活様式にフィットさせるための研究や商品開発を進めていきました。また1980年代に入り、世代交代が進むと、住宅取得層の関心は性能や品質に重心が移っていききました。その結果、大手メーカーのプレファブ住宅は、むしろハイエンドの商品として徐々に認知されるようになっていきました。価格の上昇は、完全なプレファブのある程度諦めて、商品ごとのオプション対応を増やさざるを得なかったこともその理由です。つまり、プレファブアプリケーション住宅は、本来の合理化と効率化を徹底するのではなく、西洋化していく日本人の新たな需要（モダン指向）を満たす役割に転化していったのです。

2000年代になって、住宅の大量生産手法としてのプレファブは意味を失いつつある

成長経済下でのマスプロダクトのコストメリット、すなわち、規模の経済学。とその利益率にばかり目をやっていた日本の社会ですが、結婚観や家族イメージの変化もあり、気が付けば少子高齢化や人口減少社会が現実の問題として浮かび上がってくるようになりまし。付け焼刃の少子化対策が実を結ばないと言われて久しい状態です。住宅着工件数を見ても1972年の200万戸をピークに減少を続け、2024年は79万戸と遂に80万戸を下回りました。木造建築の4号特例廃止や省エネ計算の義務化など、建築基準法の大規模改訂が施行される2025年は更に減少が予想されます。そして今後は、楽観的な予測値でも2040年に58万戸まで落ち込むとされています。つまり、大量生産を目的としたプレファブ建築は、完全にその意味を失っていると言っても過言ではありません。大手ハウスメーカーは、生産量を維持するため、米国向けの住宅商品パッケージの輸出を本格化し始めました。（セキスイは全米第5位に躍進）米国の住宅事情は、意外なことに住宅のプレファブ化が日本に比べ

「修行の終わり」と再び時代の要請としてのプレファブアプリケーションの実現のための5次連立方程式

建築の仕事が「職人」という修行プロセスの末に獲得されるものだといふ日本の社会に由来からあった暗黙の前提は、「学歴階級社会」が固定化するにつれて薄れていきつつあります。そして2020年代に入ってから、建築に限らず、飲食業でも理容業でも深刻な人手不足に見舞われています。そのキーワードは、「修行」の終わりという価値観の変化に尽きると思えます。そしてこれは、日本社会の構成的根本的な変化の兆候なのかもしれません。一般には人手不足がこの観点から着目されることは少ないのですが、AI技術の一般的普及もあり、今、日本の社会に、「働く」生きて

いく。ということのマスイメージの大転換が始まっています。建築業が今直面している人手不足は構造的問題であるというはその意味です。そのような社会の構造と人の気持ちの激変の中で、建築のプレファブアプリケーションは喫緊の課題で、もはやそれは、時代の要請とも言えるものです。しかし、従来のプレファブ開発の困難性を突破しなければなりません。従来のプレファブ住宅は、消費者ニーズの多様性とシステムの合理性という矛盾する二つのベクトルに引き裂かれて、開発担当者は悔しい思いをしていたことは、当時の彼らの回想談にも随所に出てきます（「箱の産業」松村秀一編参照）。つまり、システム建築をいかに在来建築っぽく見せるか？ というフェイクの作業に多大な労力を割いたことが残念だということなのです。確かにマーケティングを無視することはできないでしょう。しかしその結果、在来住宅のイメージに拘束されたシステム建築開発だったということができるといえます。新たに時代の要請としてのプレファブアプリケーション開発は、その矛盾を突破したものである必要があるのです。