

岐阜県内住宅建築業者の地域住宅設計における意識と課題

新田米子・渥美正子¹⁾・河内美代子²⁾

Builder's Consciousness in Regional Housing Projects and Related Problems in Gifu Prefecture

Yoneko Nitta · Masako Atsumi · Miyoko Kouchi

Summary

The main purpose of this paper is to clarify the housing consciousness of builders in Gifu prefecture.

We made a survey of builders in March 1997. According to the survey, seventy-six percent of builders were taking into account the region when planning houses. And most of them (93.4%) hope to continue building Japanese wooden houses in their regions. In particular, local builders prefer using Japanese roofing tiles (65.0%), using timber from Gifu (65.1%) and planning houses with connected tatami rooms (42.1%).

Received Oct. 30, 1997

Key words : Local detached houses, Region, Builders, Housing consciousness

I 研究目的

住宅に求められる性能や機能は、時代と共に変化してきている。阪神・淡路大震災直後は、住宅の耐久・耐震性が人々の最大の関心事となり、生産者側もそれへの対応を迫られ、以後着工される住宅の耐久・耐震性は全般的に向上しつつあると考えられる。そしてこれからの住宅はこの耐久・耐震性のもとより、地球環境の保全を考慮した住宅の開発や建材等に含まれる化学物質などによる健康被害への対応、建設費の低コスト化への対応、家族の多様化・

1) 本学非常勤講師 2) COACH 住宅改善提案室

高齢化への対応など新たな課題への取り組みが期待される場所である。

地方の独立住宅においては、一部の地域では今尚伝統的住様式をもつ木造住宅が脈々と受け継がれている。一方、人々の住生活への利便性・効率性の追求や目新しさへの追求に応えるべく、それぞれの地域がかつて保持していた独自性とはあまり直結しない全国版の標準タイプとも受け取れる大手住宅メーカーをはじめとするハウジングメーカー等による新しいタイプの住宅が年々増加傾向にある。

地方の人々がどのような住要求を持っているのかを知る一つの手がかりになる資料として、岐阜県消費生活課が行なった「住まいと住環境に関するニーズ調査」(1995年)¹⁾がある。これによれば、県民の半数強は、家を建てる(または買う)ときの依頼先として「地元建築業者」を挙げ、建てたい工法としては「木造在来軸組工法」が最も多く6割の人が挙げている。これら、地元建築業者による木造住宅の「伝統的な良さ」を比較的高く評価する県民の意向を実践へと反映させるためには、在来工法による木造住宅の建設工期の短縮化や若い世代の多様なニーズへの対応など、地元建築業者に期待される課題は少なくない。このような状況において、県産材による良質な木造住宅の供給を旨とする「産直住宅」²⁾加入業者をはじめとする地元建築業者が、現在また将来に向けて、どのような意識のもとに住宅づくりに取り組んでいるのかを明らかにすることは、今後の地方の独立住宅のあり方を探る上で重要なことと考えられる。本研究は、このような観点に立ち、住宅の地域性・伝統性を中心とする作り手側の住意識と実態を明らかにすることを目的として、岐阜県内の中・小工務店経営者を対象に行なった住意識調査の結果を報ずるものである。

II 研究方法

岐阜県の「事業所企業統計調査」(H.8年10月)結果によれば、住宅建築業を主業とすると考えられる「木造建築工事業」の事業所数は2030件存在する。これらの中から「岐阜県産直住宅建設促進連絡協議会」に加入する289店(以下「産直」と略記)、およびその他一般の工務店で住所の判明する218店(以下「一般」と略記)を調査対象として抽出した。調査は、工務店の経営者(店主)を対象とし、質問紙による郵送回答方式とした。調査期間は、1997年3月下旬から同年4月上旬にかけてである。調査票の回収状況は表1に示す通りである。

III 結果及び考察

1. 調査対象の概要

調査対象となった工務店経営者及び店の概要を表2に示す。

「産直」加入者とそれ以外の「一般」工務店との間に属性の相違がみられるか否かを確かめるため、両者に分けて検討する。

まず経営者の年齢は、全体では「40歳代」(32.5%)と「50歳代」(28.6%)が中心となるが、

「産直」ではこの傾向がよりつよく表れ、「一般」では30歳代から60歳代まで比較的均等に分布するという若干の違いがみられる（10%水準で有意差有り）。次に性別では、全体的に「男性」が圧倒的に多く、「女性」は1割弱にとどまっているが、「産直」に比べ「一般」のほうが「女性」の比率が有意に高い結果となっている。

経営形態は、「一般」の7割が「株式会社」であるのに対し「産直」は「株式会社」の比率は5割弱にとどまり「個人経営」が3割を占めるのが特徴である。また従業員数でみても「産直」の場合「1～3人」の小規模経営が「個人経営」とほぼ同率を占めていて、いわゆる「大工工事業」的色彩の濃い工務店が少ないことが伺える。このことは、従業員の建築士資格の有無の結果からも伺うことができる。すなわち、建築士資格1・2級いずれも無しの「産直」の比率が35%で「一般」のそれより高い値を示す結果となっている。

2. 調査対象工務店の仕事内容

工務店が扱っている主な仕事をみると、全体の89.1%が「注文戸建て住宅建設」とし「下請け戸建て住宅建設」を主な仕事とするところもわずかであるが3.6%存在する。

扱っている仕事のすべてについてみると、「注文戸建て住宅建設」の98.7%の他「リフォーム工事」が59.1%、「下請け戸建て住宅建設」が23.4%、「アパート・マンションの建設」が20.8%、「自社建て売り」が

表1 調査票回収状況

	産直加入工務店	一般工務店	合計
配布数	289	196	485
有効回収数	100	54	154
回収率	34.6%	27.6%	31.8%

表2 調査対象の属性

		産直加入工務店	一般工務店	合計
経営者の年齢	20歳代	0(0.0)	3(5.6)	3(1.9%)
	30歳代	19(19.0)	12(22.2)	31(20.1)
	40歳代	38(38.0)	12(22.2)	50(32.5)
	50歳代	29(29.0)	15(27.8)	44(28.6)
	60歳代	11(11.0)	10(18.5)	21(13.6)
	70歳代以上	2(2.0)	1(1.9)	3(1.9)
	不明	1(1.0)	1(1.9)	2(1.3)
	合計	100(100.0)	54(100.0)	154(100.0)
経営者の性別	男性	96(96.0)	44(81.5)	140(90.9)
	** 女性	3(3.0)	9(16.7)	12(7.8)
	不明	1(1.0)	1(1.0)	2(1.3)
経営形態	個人経営	31(31.0)	9(16.7)	40(26.0)
	* 株式会社	49(49.0)	38(70.4)	87(52.5)
	有限会社	20(20.0)	6(11.1)	26(16.9)
	不明	0(0.0)	1(1.9)	1(0.6)
各種団体・組織への加入有無	加入している	100(100.0)	30(55.6)	127(82.5)
	加入していない	0(0.0)	23(42.6)	26(16.9)
	*** 不明	0(0.0)	1(1.9)	1(0.6)
従業員数	1～3人	30(30.0)	14(25.9)	44(28.6)
	4～5人	9(9.0)	7(13.0)	16(10.4)
	6～10人	25(25.0)	9(16.7)	34(22.1)
	11人以上	34(34.0)	21(38.9)	55(35.7)
	不明	2(2.0)	3(5.6)	5(3.2)
従業員の建築士資格の有無	1級有り	10(10.0)	5(9.3)	15(9.7)
	2級有り	35(35.0)	9(16.7)	44(28.9)
	1・2級有り	20(20.0)	25(46.3)	45(29.2)
	無し	35(35.0)	13(24.1)	48(31.2)
	不明	0(0.0)	3(5.6)	3(1.9)

*印は χ^2 検定結果 (*** P < 0.001、** P < 0.01、* P < 0.05)

13.0%となっている（表3）。これを工務店別に比較すると、「産直」と「一般」ではやや異なった傾向がみられる。扱っている仕事のすべてでみた場合、「産直」では100%すべてが「注文戸建て住宅建設」を扱っているが、「一般」では96.3%

表3 工務店の仕事内容

		注文戸建	自社建売	下請戸建	アパート・マンション	住宅リフォーム	その他	合計
		主な仕事	合計	122(89.1)	2(1.5)	5(3.6)	2(1.5)	1(0.7)
	産直	87(95.6)	0(0.0)	2(2.2)	1(1.1)	0(0.0)	1(1.1)	91(100.0)
	一般	35(76.1)	2(4.3)	3(6.5)	1(2.2)	1(2.2)	4(8.7)	46(100.0)
仕事すべて	合計	152(98.7)	20(13.0)	36(23.4)	32(20.8)	91(59.1)	14(9.1)	154*
	産直	100(100.0)	9(9.0)	24(24.0)	12(12.0)	53(53.0)	6(6.0)	100*
	一般	52(96.3)	11(20.4)	12(22.0)	20(37.0)	38(70.4)	8(14.8)	54*

*：複数回答

にとどまる。そしてその分「一般」では「自社建て売り」や「アパート・マンションの建設」を多く手がけていることがわかる。またリフォーム工事に関しては本来新築工事を手がければメンテナンスとして発生するものと考えられるが、「一般」の70.4%に対し「産直」が53.0%と低い。従業員規模別に扱

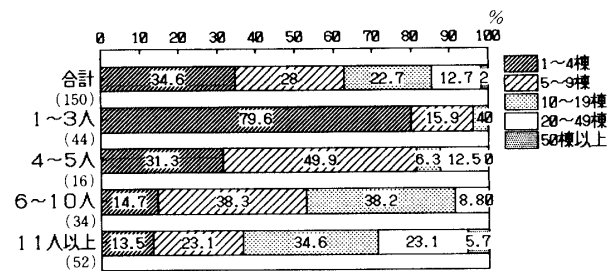


図1 年平均受注件数〈従業員規模別〉

っている仕事のすべてでみると、「11人以上」の規模の大きいところでは「注文戸建て住宅建設」以外にも「自社建て売り」(20.0%)や「アパート・マンションの建設」(43.6%)にも力を入れているが、「3人以下」の小規模店ではその割合が非常に少ない（前者4.5%、後者2.3%）。しかし「下請け戸建て住宅建設」や「住宅リフォーム工事」については従業員規模による差はあまりみられない。

次に、年平均受注件数をみると「1~4棟」が34.6%と最も多く、「50棟以上」はわずか2.0%である。従業員規模別では「3人以下」では「1~4棟」が79.6%と多く、「4~5人」では「5~9棟」が49.9%、「6~10人」では「5~9棟」、「10~19棟」がともに38.2%、「11人以上」では「10~19棟」が34.6%と多く、概ね従業員規模に比例しているといえる（図1）。また、営業担当の有無別にみると営業担当者は従業員規模と関連し、小規模な「1~3人」では「営業担当者有り」は9.1%にすぎないが従業員「11人以上」では同比が70.9%に達し受注件数も多くなるという結果が得られた。即ち「営業担当者有り」の工務店では年平均受注数（平均値）が17.4棟であるのに対し「営業担当者無し」では7.2棟であった。工務店別では、「産直」が「1~4棟」の少数受注が多い（38.8%）のに対し「一般」では「5~9棟」の受注が中心となっていて（38.2%）、「一般」の方が年平均受注数がやや多いといえる。

また、最近3年間の住宅建設の実績を工法別に棟数で回答を求めたところ、手がけている住宅のほとんどが「木造軸組工法」といってよく、3年間の平均受注件数は「木造軸組工法」が15.4棟、「鉄骨造」が3.6棟、「鉄筋コンクリート造」が0.9棟、「木造2×4工法」が0.8棟、「ブ

レハブ工法」が0.3棟であった（表4）。

さらに住様式の動向を把握するために、和風（民家風）住宅の受注状況についても尋ねた。それらの受注は「年々減少」が50.0%と半数を占め、「変化無し」の42.2%をやや上回っている。これを工務店の所在地別でみると、市部での「年々減少」率がやや高く、「岐阜市」の52.9%、「その他の市」の63.6%に対して郡部では同値47.7%にとどまり、市部と郡部での建設される住宅の様式の相違が若干みられる。しかしそれは明確な相違とは言いがたい程の差である。

表4 工法別受注数（過去3年間の平均値）

木造	15.4棟
鉄骨造	3.6棟
鉄筋コンクリート造	0.9棟
ツーバイフォー工法	0.8棟
プレハブ工法	0.3棟

3. 設計・施工上の基本方針

住宅建設において、工務店としての設計・施工上の基本方針を、現在と将来それぞれにおいて力をいれていること上位3つを選択肢の中から選んでもらった。現在については、阪神・淡路大震災の記憶がまだ新しいこともあり「高耐震・高耐久」が最も高率で61.7%、ついで「構造材・仕上げ材へのこだわり」が40.3%、「低コスト化」が37.7%となるが、1位と2位以下の開きが大きい。

今後の方針では、最近マスコミ等で話題になることの多い「健康・安全面への配慮」が第1位で43.5%を占め、ついで「高齢者仕様」が37.0%、「低コスト化」が34.4%、「高気密・高断熱」が33.1%、「高耐震・高耐久」が31.2%、「デザイン性」が29.9%となっている。「高耐震・高耐久」が5位に後退したのは、既に多くの業者で対策が取られ、ある一定のレベルに達しつつあることを意味するものと思われる。

次に、これらについて工務店別で比較してみると（図2）、「産直」と「一般」とではやや異なった傾向がみられる。現在力を入れていることでは、「産直」の場合「構造材・仕上げ材へのこだわり」が53.0%と強いのに対し、「一般」では16.7%と弱い。しかし今後については「産直」は、「低コスト化」「高齢者仕様」「高気密・高断熱」など「一般」工務店が現在比較的力量を入れている事柄に力を注ぎたいとし、概ね社会のニーズを反映した傾向になったといえる。ただし、「高精度な施工・技術力」への関心が現在よりも今後についてはかなり低下しているのは（34.0%から20.0%へ低下）、この点についての配慮は既に「産直」では一般化しつつあるとみるべきか、あるいは他にもっと重視すべき項目があるためとみるべきかは、さらに詳細な追跡調査をしないと判断できない。

4. 地域性・伝統性の意識とその表出方法

住宅を供給する側がどのような住意識をもって住宅づくりに携わっているのかを、次の5つの観点から総合的に把握することを試みた。それは【地域・伝統観】【因習へのこだわり】【利便性の追求】【将来予測】【仕事観】の5つの住意識側面である。

〔地域・伝統観〕に関する意識では、「在来木造軸組工法は今後も残していくべきである」を支持する者が94.0%と圧倒的多数を占めるのをはじめ、「岐阜県は林産県なのでそれら地場産業を生かした住宅づくりが大切である」が81.6%、「床の間付き和室はなんらかの形で設けるべきである」が73.5%といずれも高率を占める（図3）。これらの中で工務店別、所在地別で差が認められたのは、「地場産業を生かした住宅づくりが大切である」で、工務店別では「産直」で91.9%、所在地別では「郡部」で86.1%と他に比べ有意に高率であることが認められた。

〔因習へのこだわり〕では、間取りの自由度を制限すると思われる「玄関・水廻りの方位

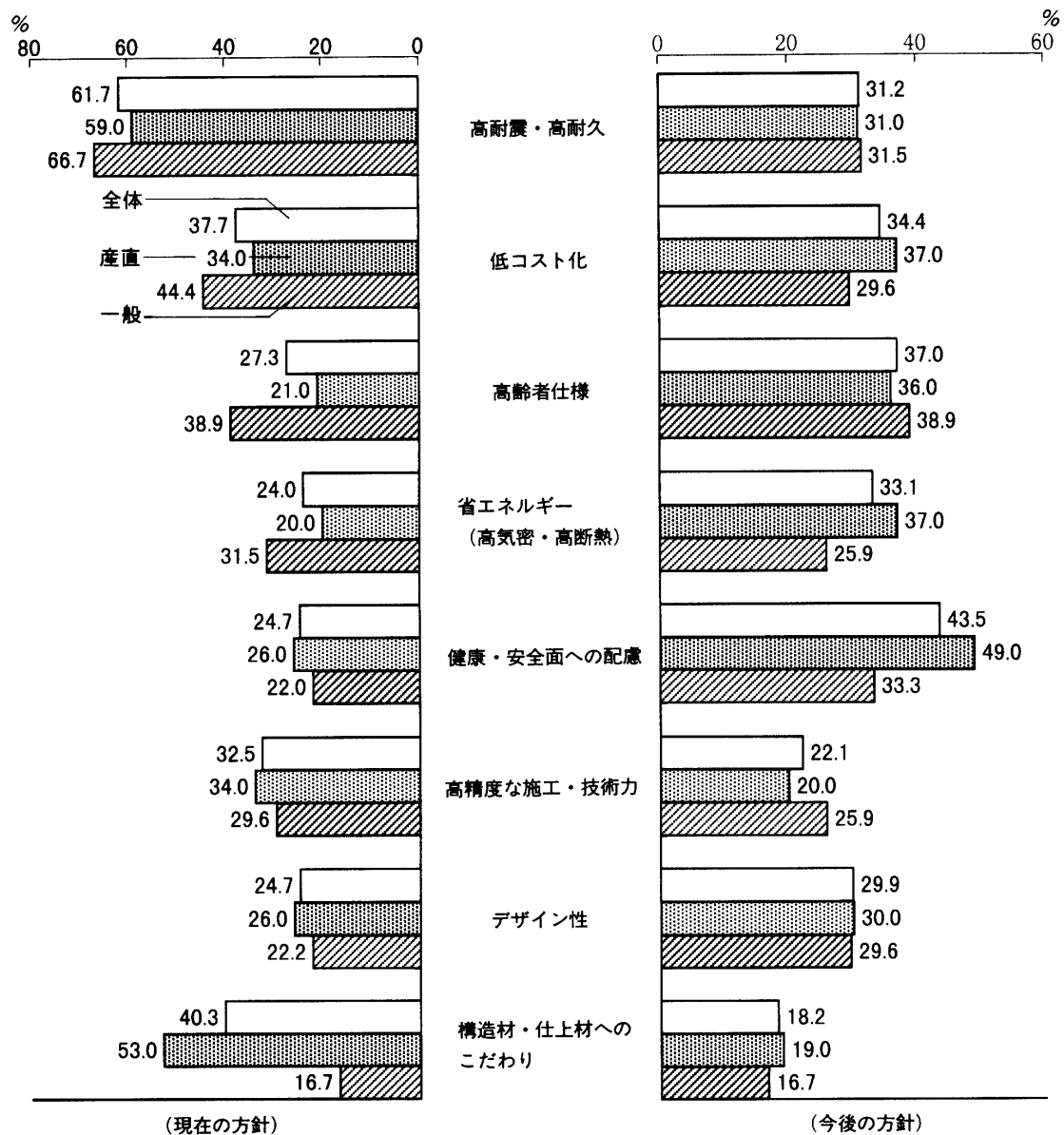


図2 現在力を入れていること及び今後の方針〈工務店別〉

岐阜県内住宅建築業者の地域住宅設計における意識と課題

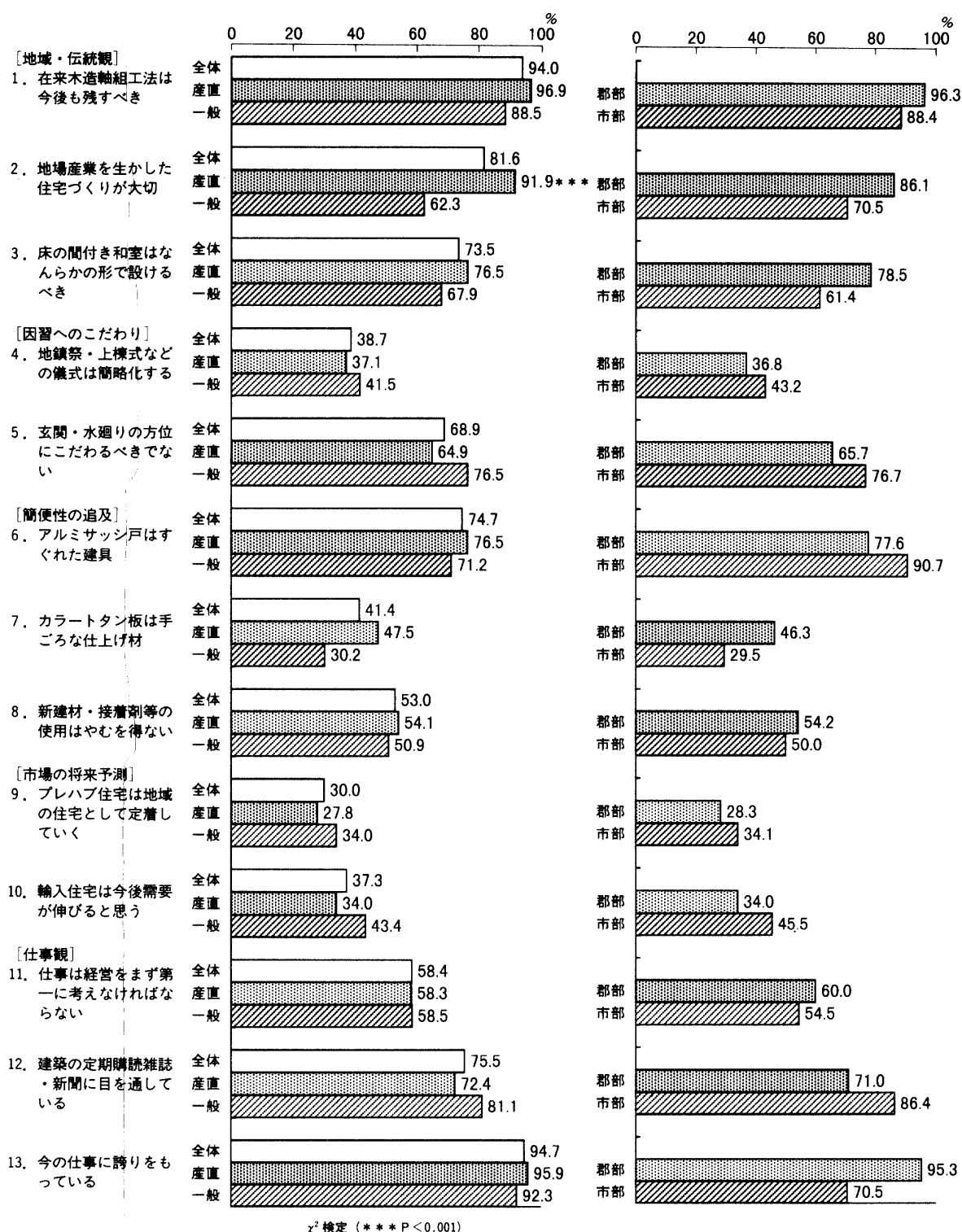


図3 工務店経営者の住意識〈工務店別〉〈所在地別〉

にこだわる」という意識は全体で68.9%と今だに高く、工務店別、所在地別で比較した場合「一般」および「市部」でいく分高率になるという予想に反した傾向がみられた。また「地鎮祭・上棟式などの儀式は簡略化すべきでない」という意見を支持するものは38.7%と低い値となった。この点に関して住宅金融公庫の調査によれば³⁾、1993年に住宅新築融資申し込み者（有効回答2674件）のうち「地鎮祭を行なった」と回答したのは全国が86.7%、愛知、三重、岐阜の東海3県では95.8%と高率になっている。この実態からみると、実際には地鎮祭の実施率は高いようであるが、本調査では本来あるべき姿としての理想を尋ねているのでより回答者の本心が出やすいと思われる。やはり、これは経営者の意識だけでなく、工事期間の短縮化を望む施主の要望が反映されての結果といえなくないだろう。

【利便性の追求】では、「アルミサッシ戸は現代のすぐれた建具の一つといえる」の支持率が74.7%と高いが、「見栄・施工性を良くするためには新建材や接着剤等を使用するのはやむを得ない」（53.0%）と「外壁仕上げに一般的に使用されているカラートタン板は手ごろな仕上げ材である」（41.4%）については意見が対立している。この2点については、これまでの住宅で採用されることの比較的多かった事項として取り上げたが、人々の健康志向への配慮や美観上の配慮などが検討されつつあることがうかがえる。

【住宅の将来予測】として県内でも需要が伸びつつあると考えられる「プレハブ住宅」や「輸入住宅」の需要予測を尋ねたが、前者については30.0%が、後者については37.3%が需要の伸びを予測している。これらの比率が比較的低いのは、「在来木造軸組工法」を回答者の大半が残したいと考えている現状から推測すれば当然の結果といえる。

経営者の【仕事観】では、圧倒的多くの94.7%が「今の仕事に誇りをもって」と答えているが、「仕事は経営をまず第一に考えなければならない」とする意見の是非は分かれ、肯定する者が若干ではあるが多い結果となった（58.4%）。年齢別では「経営優先」を肯定する割合は、50歳代、60歳代の年齢層で他よりいく分高くなる傾向がみられた。

次に、これら住意識の中で全体の意

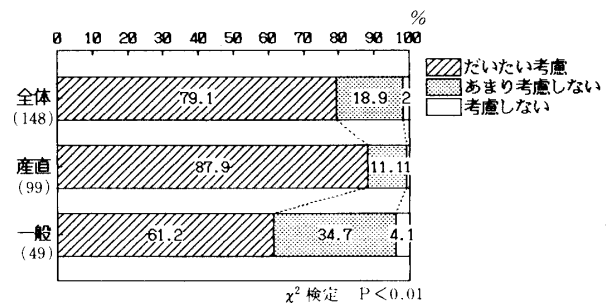


図4 地域性考慮の有無〈工務店別〉

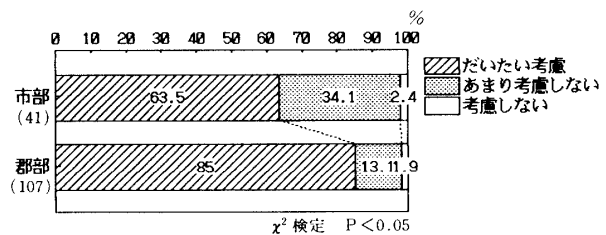


図5 地域性考慮の有無〈所在地別〉

岐阜県内住宅建築業者の地域住宅設計における意識と課題

識が高率であった [地域・伝統観] に関する意識をさらに掘り下げてみよう。

住宅をつくるときに、地域的な種々の配慮、すなわち、地域特産の建築資材の使用、地域独自の伝統的建築様式の採用、地域景観との調和などをどの程度づくり手側が配慮している

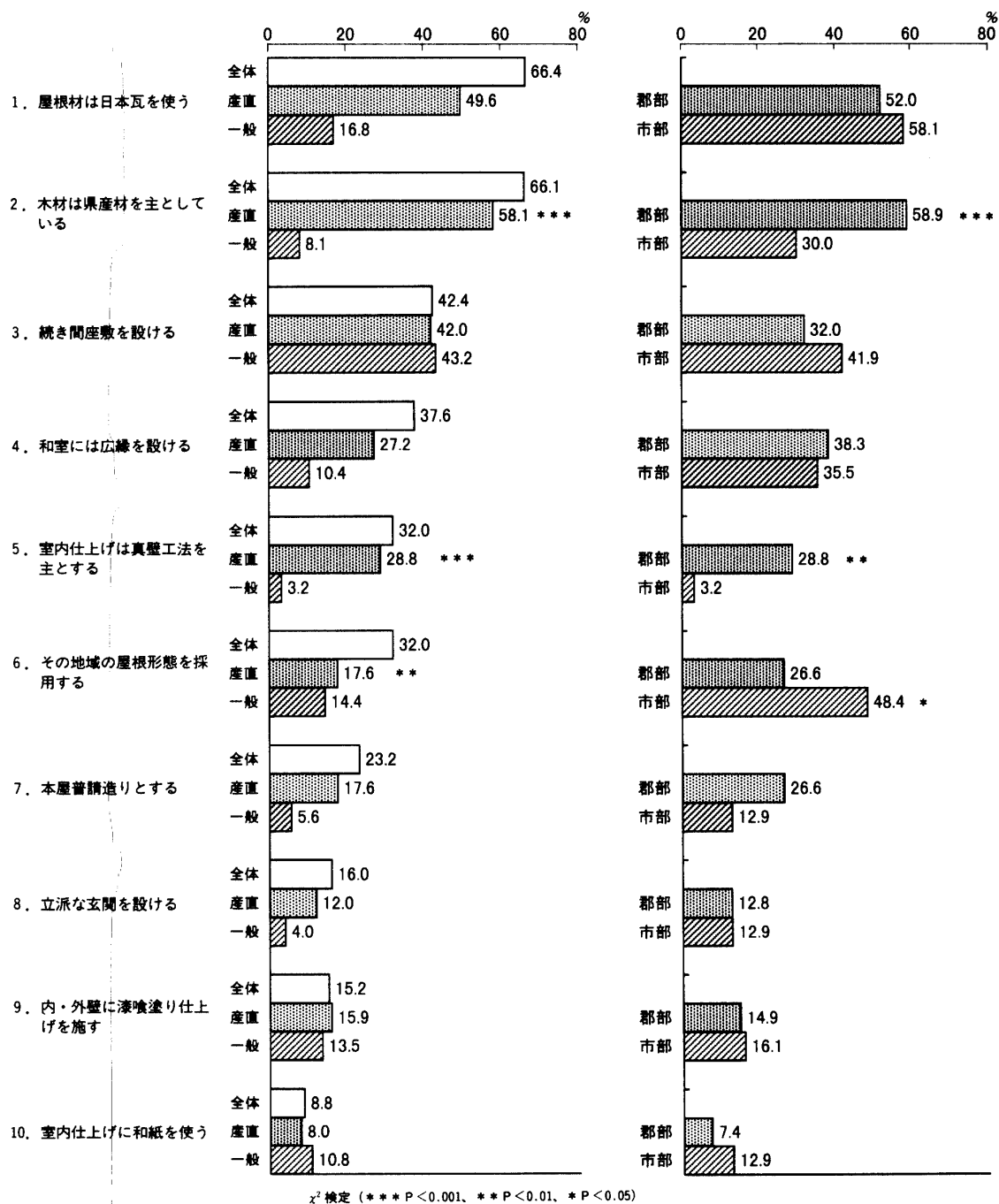


図6 地域性の表出手段・方法〈工務店別〉〈所在地別〉

のかを探るため、地域性の考慮の有無を尋ね、考慮している場合の具体的内容・方法および考慮していない場合はその理由についてそれぞれ回答を求めた。地域性の考慮の有無は、先にふれた「地域・伝統観」の意識の高さから類推できることではあるが、「だいたい考慮している」が全体の79.1%と高く、「ほとんど考慮していない」はわずか2.0%に過ぎない。工務店別（図4）、所在地別（図5）の比較では、「産直」が「一般」より「考慮する」という比率が有意に高く、また「郡部」が「市部」より有意に高いという結果が得られた。しかしながら「一般」および「市部」の工務店においても各々6割強が何らかの形で地域性を考慮しているという実態は注目すべきことである。

さらにこの地域性の表出手段や方法について触れると、図6に示すような結果となる。これは、こちらが提示した地域性表出手段・方法の具体的内容の採用比率の高い順に列挙したものである。「屋根材は日本瓦を使う」が66.4%、「木材は県産材を主としている」が66.1%、「続き間座敷を設ける」が42.4%と上位を占め、ついで「和室に広縁を設ける」が37.6%、「地域の屋根形態を採用する」と「室内仕上げは真壁工法を主とする」が各々32.0%といった結果となり、岐阜県独自の民家の住様式である「本屋普請造りとする」（23.2%）や郡部に多いと思われる「立派な玄関を設ける」（16.0%）などは低い採用率となっている。また「内外壁に漆喰塗り仕上げを施す」も左官職人の不足や維持管理の困難さなどの理由からか15.2%の低い値となっている。これらの中で、工務店別で差が認められたのは「木材は県産材を主としている」「室内仕上げは真壁工法を主とする」「地域の屋根形態を採用」の3項目である。また所在地別でも差が認められたのは、この3項目についてであった。

地域性を「あまり考慮しない」あるいは「ほとんど考慮しない」と答えたのは全体の約2割であるが、その理由としては、「施主の関心がない」（45.7%）や「もっと考慮すべきことがある」（34.3%）が主なものであった。

5. 住様式の和洋（新旧）折衷表現の傾向

現代の日本の独立住宅において、純粋な意味での和風住宅あるいは洋風住宅を見いだすことは大変困難なことといえる。一般住宅のほとんどすべてが和と洋あるいは新と旧（近世に完成した民家および書院造りの様式を基盤とするもの）が折衷した様式を形成しているといっ
てよいからである。このような中で住宅の和あるいは旧のどのような様式の要素が現在も受け継がれているのか、そしてそれは地域的なものなのか地域とは無関係なものなのかについて、ここで取り上げる。

アンケート調査では、各工務店がこれまでに手がけた住宅の中で新旧折衷例を「外観仕上げ」「室内仕上げ」「間取り」「その他」に分けて自由に記述してもらおうという形式をとったが、回答が得られたのは34店についてのみであった。全体の事例が少ないため、この結果をもって岐阜県の住宅様式の傾向を述べることは難しいが、外観、室内仕上げ等において、ある一定の新旧折衷パターンが読み取れなくもない（表5）。

まず「外観仕上げ」においては、和瓦屋根を尊重しつつ外壁は洋風仕上げとすることや、外壁仕上げの新旧ミックス、大壁式仕上げを真壁風に見せかけるなどの手法がそれぞれ複数例上がり、数としては「外壁材の新旧ミックス」すなわち伝統的仕上げ材としての漆喰や板張りを一部に用い、耐久性を考慮しての新建築資材である金属鋼板やサイディングボード等を組合せるといった手法がやや目立つことが特徴といえよう。

また「室内仕上げ」では、洋室に内障子の取り付けや洋室天井の民家風仕上げなどの事例が多い。また洋室の壁仕上げのクロス張りが一般化する中で、一部に腰板を張るなどの天然素材に対する見直しの気運がやや感じられる。そして「間取り」では、洋室の一部を畳敷きとする（この中には洋室と和室の続き間も含まれていると思われる）という例がかなり多く採用されていて、ここでも⁴⁾起居様式の和洋混在化が定着しつつあることが証明されたといえよう。

その他では、和風住宅に高齢化対応としての、便所・浴室等の開口部を広くとったり親子ドアを用いるなどの試みが散見され、今後の和風住宅における様式の中で最も変化が予想される要素として注目してよいだろう。さらに、例数としてはまだ数少ないが、集成材使用により柱を少なくし広い居室（居間を中心とする空間）を設ける手法も、耐震性の問題がないことが施主に理解されれば、今後採用が増加するであろう事項として付加しておきたい。そして、これらの事例の多くは、岐阜県内の「市部」よりも「郡部」の工務店によって例示されていたことが特徴といえる。

6. 仕事の受注経路

住宅を供給する側と施主との関わりをみるため、仕事の受注方法、工事途中や完成後における施主への対応などについて把握する。

仕事の受注経路について示した結果が図7である。「親類・知人の紹介による受注」72.7%と圧倒的に多く、地縁・血縁による口コミが主要な受注経路になっていることが明らかである。「親類・知人からの直接受注」も39.6%と少なくない。これを所在地別に比較すると、「市部」より「郡部」に、地縁・血縁による直接または間接の受注が高率となる。都市化が進展する以前は、地域に根ざした大工・工務店が住まいづくりの主たる担い手であった。彼らは

表5 和洋（新旧）の折衷表現事例

		郡部	市部
外観仕上げ	1. 和瓦屋根+洋風様式、新素材仕上げ	(3)	(1)
	2. 漆喰外壁・板張り壁+金属鋼板・サイディングボード等	(9)	(1)
	3. 大壁式+付け土台、付け柱、付け梁	(2)	(0)
	4. その他（土壁にサイディングボード張り等）	(3)	(2)
室内仕上げ	1. 洋室+内障子	(7)	(1)
	2. 洋室+梁現わし天井、天然木天井	(5)	(0)
	3. 洋室+真壁・真壁風仕上げ	(2)	(1)
	4. 洋室+和洋混合壁仕上げ（板張とクロス等）	(3)	(0)
	5. その他（和室に洋風扉等）	(3)	(2)
間取り	1. 洋室に畳敷きコーナーを設ける	(9)	(4)
	2. 輸入住宅に2間続き和室	(1)	(0)
	3. 洋風玄関に茶室風待合を設ける	(1)	(0)
その他	1. 高齢化対応（入り口の親子ドア、便所・浴室開口部を広くとる等）	(3)	(1)
	2. 集成材使用により柱の少ない広い空間設ける	(1)	(0)

() 内件数

その地域の人々との長年の信頼関係のなかで良質な住宅を建設してきた。いわゆる、住み手とつくり手が一体となった本来の住まいづくりが展開していた。地縁・血縁関係が未だ根強い郡部では、こうした人間関係に支えられた受注のあり方が残存しているとみられる。

また「市部」に多い「自社の営業活動による受注」(40.9%)を、

従業員規模で比較分析すると、従業員数「1～3人」「4～5人」では同値が1～2割であるが、「6～10人」「11人以上」では過半数を占め、従業員規模との関連がみられる(図8)。このことは、営業担当の有無が反映したものである。地方にも営業力の強い大手住宅メーカーの進出が高まれば、営業担当を雇えない地元小規模工務店は、競争力において非常に不利であり、今後の仕事の受注のあり方が問われているといえよう。

7. 施主へのサービス

次に施主へのサービスに関する事項について分析を試みる。契約時以降に変更になった部分について、施主に対してどのようなかたちで説明するかという回答を求めたところ、図9に示すような結果となり、「口頭だけで伝達する」層と、「変更時点あるいは完成時に図面を渡す」層とに二分している。完成後のトラブルを少なくするためには、完成時には最終的な図面を施主へ渡すことが望まれる。

また瑕疵担保期間については、全体の59.9%が契約で「決めていない」と答え、「決めていない」(40.1%)層を上回る。ただしこのことは従業員規模との関連が顕著であり、従業員規模の増加にともなって瑕疵担保期間の設定比率は高まる。「1～3人」では21.4%にとどまるが、「11人以上」では50.9%まで上昇する(図10)。瑕疵担保期間を決めているか否かは、住宅完成後の点検頻度とも関係がある。瑕疵担保期間を「決めていない」層は「決めていない」層と比較して、定期・不定期的に電話や訪問によるアフターサービスをおこなうなどの相対的な積極性が認められる。しかし「決めていない」層は、「災害等の非常時や施主からの要請に応じて」といった消極的サービスが多い(図11)。「定期的に電話や訪問をしている」層が全体の

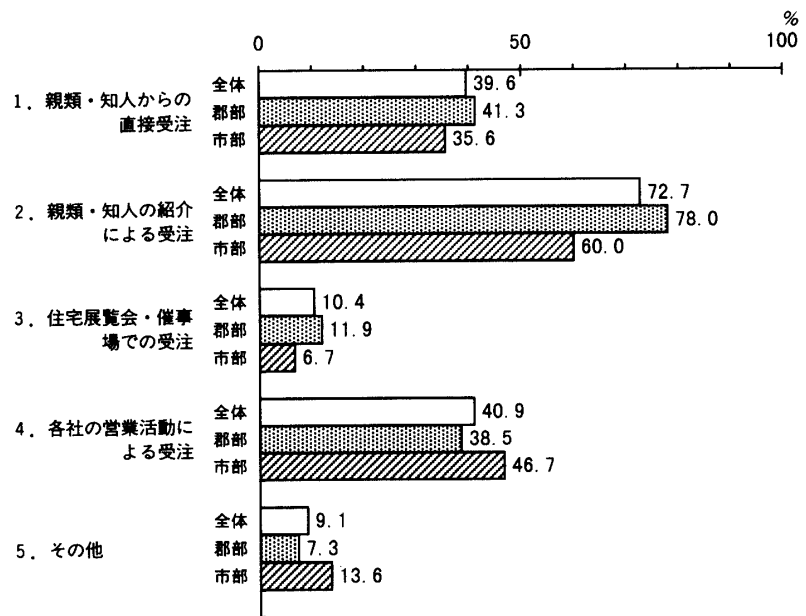


図7 仕事の受注経路〈所在地別〉(n=154)

9.8%という結果は、近年大手住宅メーカーが競い合っつきめ細かなアフターサービスを提供している現状と比較すると、低率な傾向とみなされる。住宅需要者が、設計、施工からアフターケアにいたるまでの総合的なサービスを求めている昨今、地元工務店もアフターサービスに力を入れていくことを検討する必要があるだろう。

さらに消費者保護の視点から、住宅性能保証制度への登録状況についてみてみよう。本制度は、「住宅の品質性能について住宅建設業者が適性な保証⁵⁾を実施できるようにすることにより、消費者の保護、住宅の品質性能の向上及び住宅の供給に携わる者の健全な育成を促進するため、建設省の指導により1980年に創設された」⁶⁾ものである。一定の審査を経たうえで業者登録が行なわれるため、登録している業者は社会的評価を得ることができる。調査対象全体の23.7%が「登録している」と回答している。岐阜県における登録業者の全事業所数に占める割合が6.9%⁷⁾(H.8年)であることと比較するとかなり高く、施主との信頼関係を高めようとする努力がうかがえる。ただし制度への登録は、従業員規模との関係が強く、小規模な「1～3人」では4.5%の登録率であるが、「11人以上」では46.2%と差が明確にでている(図12)。

8. 現状の問題点と今後の課題

現在仕事をやっている中で困難な点や不満点をあげてもらった(図13)。全

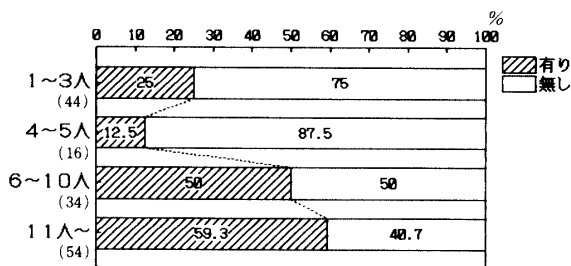


図8 自社の営業活動による受注<従業員規模別>

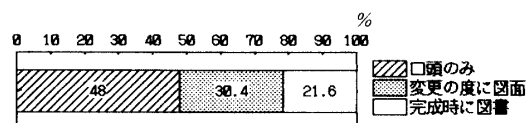


図9 変更部分についての施主への説明 (n=150)

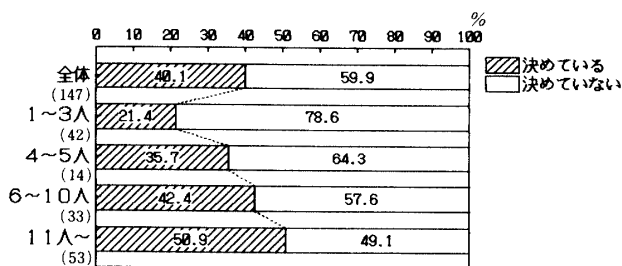


図10 瑕疵担保期間の設定<従業員規模別>

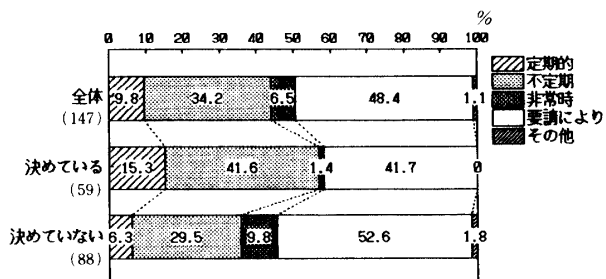


図11 住宅完成後の点検頻度<瑕疵担保期間設定の有無別>

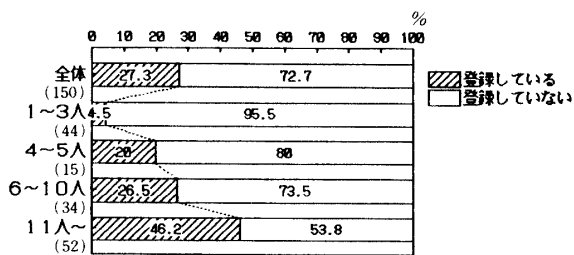


図12 住宅性能保証制度への登録<従業員規模別>

体の70.8%が「腕の良い大工・職人の確保が難しい」をあげ、以下を大きく離している。調査対象工務店での大工・職人数をみると、常雇いの大工・職人が無しのところが40.3%にも達するという事実からもこの結果はうなずける。ついで困難、不満な点には「消費者が大手住宅メーカー志向である」(53.9%)、「施主が質より安さに関心が向きすぎる」(41.6%)、「施主が細かい注文をつけすぎる」(36.4%)、「施主の理解が得にくい」(31.2%)など施主との間の困難、不満を多くが指摘している。「完成後の施主とのトラブル」(11.0%)を回避するためにも、今後施主への対応策として、契約時の取り決めを明確にし、施主に理解を求めるはたらきかけなど、何らかの手だてが必要なことが感じられる。

つづいて地元業者・業界が取り組むべき今後の課題について述べる。

現在地元工務店は経営面、事業面、技術面、人材面等のかかなり多くの側面に問題点をかかえている。こうした点を改善するための対策として考えられることを、主に事業面、人材面にしぼって図14のように設定した。「木造住宅の良さをもっと積極的に宣伝していくべきである」(55.2%)と「大工、左官など若い技術者の育成に力をいれるべきである」(53.9%)の2項目はいずれも過半数を占め、前述の現状に対する不満内容を反映した結果となっている。3位には「工法、技法、デザインなどに関する技術研修に取り組み、意識の向上を図るべきである」が36.4%と続き、これら3項目が主要な課題として指摘されている。これらを工務店別、従業員規模別、経営者の年齢別に検討してみた。木造住宅のPRについては、工務店別に差が認められ、良質な木造住宅の供給をめざす「産直」の方に当然ながら支持する率が高い(64.0%)。「一般」は同比38.9%と低率にとどまった。若い技術者の育成については、経営者の年齢上昇にともなって訴える率が高まり「60歳代、70歳代」の高年齢層がより大きな課題としてとらえていることが示されている(62.5%)。現在若年層の労働観は大きく変容し、大工職人といった伝統的技術職は魅力に乏しい職種と考えられている。現場での長い修業期間を経て、一人前の大工としての技術を習得してきた高年齢世代は、仕事に対する若年層との意識の隔たりを強く感じ、後継者育成に対して大きな不安をいっているとみられる。一方、技術研修への取り組みには、「20歳代・30歳代」といった若年層の比率が他の年齢層より高く、全体の数値よりも2割高い55.9%になる。これは、最近の様々な新工法を取り入れるための研修をしたいとの考えを反映したものと推測できる。さらに、時間的、経済的にもゆとりがでやすい従業員規模の大きい工務店ほど、技術研修を重視する傾向も認められ、「11人以上」で44.5%となる。

業界の近代化、技術・技能に対する社会的評価、業界と施主の第三者機関の育成、見学会の組織的企画といった業界として組織的に取り組むべき項目は低率にとどまった。多くの深刻な問題をかかえる地元工務店にとって、それらを個人的な解決によって切り抜けることはかなり難しいといえる。最重要課題である若手技術者育成のためにも、組織的な教育の場を準備する必要があるだろう。また、小規模工務店は住宅展示場でのモデルルームの常設は困難で

岐阜県内住宅建築業者の地域住宅設計における意識と課題

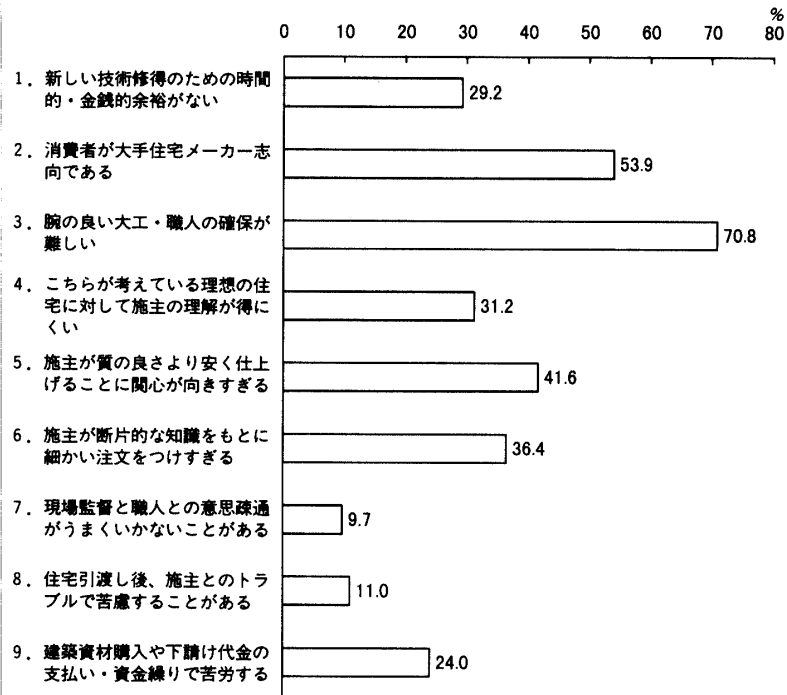


図13 仕事上の困難・不満（複数回答）（n=154）

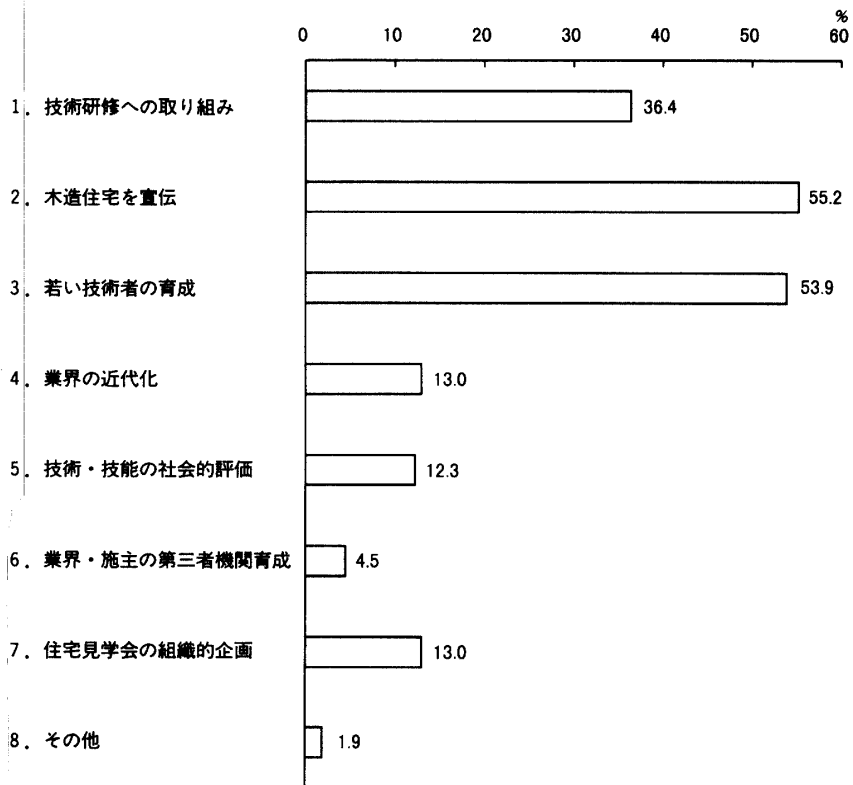


図14 今後取り組むべき課題（複数回答）（n=154）

あるため、組織的に自社の建てた住宅の見学会などを企画することは、受注経路拡大の一つの方法と考えられる。組織的な協力によって、大手住宅メーカーに対する競争力を強固にし、良質な木造住宅を継承していくことが地元工務店に課せられた課題といえよう。

IV 要 約

地方独立住宅の伝統様式の衰退が進む中で、地元で建築業に携わる中小工務店の住宅づくりについての取り組み姿勢を明らかにするため、主として地域性に関する意識や今後の課題を中心に質問紙調査によって探ってみた。その結果を要約すると次のようになる。

1) 調査対象となった岐阜県内の工務店の98.7%が「注文戸建て住宅」を主業とし、その他扱っている仕事は「リフォーム工事」が59.1%、「下請け戸建て住宅の建設」が23.4%、「アパート・マンションの建設」が20.8%などとなっている。工法別での受注状況を見ると「木造軸組工法」が最も多くなっているが、和風住宅の受注に関しては回答者の約半数が年々減少していると答え、地方独立住宅の住様式の変化が認められる。2) 工務店の住宅設計・施工上の基本方針として、現状は「高耐震・高耐久」「構造材、仕上げ材へのこだわり」「低コスト化」が上位を占めているが、今後は「健康・安全面への配慮」「高齢者仕様」「低コスト化」の3つが上位を占め、従来力点が置かれていなかった事柄への関心の移行がみられる。しかしながら「高气密・高断熱」「高耐震・高耐久」「デザイン性」などの項目についても決して関心が低いというわけではなく、消費者の多様なニーズに応えるための各工務店の様々な模索がうかがえる結果となった。

3) 工務店経営者の住意識の中で【地域・伝統観】に関する意識が全体的に高いことが明らかとなった。とくに、中小工務店がこれまで主業としてきた「在来木造軸組工法」は今後も残すべきであるとする意見が94.0%と高率である。また「地場産業を生かした住宅づくりが大切である」とする意識は、当然ながら「産直」で高く(91.9%)、「一般」工務店においてもそれ程低くない値(62.3%)を占めることは注目される。【因習へのこだわり】意識では、「地鎮祭・上棟式などの儀式の簡略化」意識が強まりつつあり(「簡略化すべでない」の比率は38.7%)、施主の要望である工期の短縮化、合理化へ応えようとする姿勢がみられる。一方「玄関・水廻りの方位」へのこだわりは、今だに高く全体で68.9%を占め、今後も間取りにおける大きな変化は生じにくいといえる。【利便性の追求】では、「アルミサッシ戸」を支持する声が74.7%と高く、今後も大半の住宅でアルミサッシの建具が使用され続けることが予想されるが、外壁仕上に「カラートタン板」の使用や健康上の問題が懸念される「新建材・接着剤等」の使用については疑問視する層がそれぞれ約半数におよぶことから、外壁及び室内仕上げ材の模索、再検討が活発化すると考えられる。住宅市場の【将来の予測】では、現在需要が伸びつつある住宅メーカーによる「プレハブ住宅」や「輸入住宅」についての需要の伸びを肯定する意識は低いものとなっているが、このことは「在来木造軸組工法」を停滞させたくない

という意識の裏返しと受け取れよう。

4) 住宅づくりの中での地域性の考慮の程度は、全体の79.1%が「だいたい考慮している」と答え、その表出方法としては、「屋根材は日本瓦を使う」が66.4%、「木材は県産材を主としている」が66.1%、「続き間座敷を設ける」が42.4%と上位項目にあがっている。工務店間で差がみられたのは、「木材は県産材を主としている」「地域の屋根形態を採用する」「室内は真壁工法を主とする」の3項目であり、これらは現在の「産直」の特徴を表すキーワードといっでよいであろう。岐阜県独自の伝統的民家である「本屋普請造りとする」は低い採用率(23.0%)となっていて、とくに市部ではその傾向が強く、今後はこれらに代わり、新しいタイプの和風住宅へと進展するのか、あるいはまったく伝統とはかけ離れた新様式の住宅へと変化していくのかは、施主はもとより、まさに住宅を供給している地元工務店の地域・伝統性意識のあり方によって決定されていくものといえよう。

5) 和洋の折衷表現事例では、「和瓦と洋風様式」「外壁材の新旧素材の組合せ」「洋室に内障子」「洋室の民家風天井仕上げ」「洋室の真壁(風)仕上げ」「洋室に一部畳敷き」などが比較的多く採用されていた。また和洋の折衷例とは言いがたい面もあるが、高齢化対応の目的で、床仕上げの洋間化や開口部・便所・浴室の拡大化を図っている事例をあげた工務店も少なくなかった。

6) 仕事の受注経路は、郡部ほど地縁・血縁による口コミが多く、個人的なつながりを基盤にした経営が中心である。ただし、専属の営業担当者がいる従業員規模の大きい工務店では営業活動による受注も多くなる。

7) 従業員規模の大きい工務店は、瑕疵担保期間を設定している比率が高く、設定している場合は、アフターサービスも積極化することが明らかとなった。しかし全体として、完成後の定期点検を行なう比率は低い。今後住宅需要者のニーズに合わせて、きめ細かいアフターサービスを検討していくことが必要であろう。

8) 仕事上の不満、問題点として、「腕の良い大工・職人の確保が困難なこと」が一番深刻な問題としてあげられた。そして、今後の2大課題は、木造住宅のPRと若手技術者の育成であることが浮かび上がった。これら現状の問題点解決にあたっては、一工務店だけの個人的レベルの対応ではなく、業界あげての組織的な対応策が重要となろう。

註

- 1) 岐阜県『住まいと住環境に関する消費者ニーズ調査報告』1996年3月
- 2) 昭和61年10月に設立した「岐阜県産直住宅建設促進連絡協議会」に加入する工務店が建設する住宅で、県産材を6割以上使用する住宅。
- 3) 1997年9月9日付け「毎日新聞」朝刊。
- 4) 新田米子他「地方独立住宅における和室の保有状況および起居様式に関する研究—岐阜県住宅供給公社分譲住宅における事例調査—」聖徳学園女子短期大学紀要第25集(1995年)においても、居間での起居

岐阜県内住宅建築業者の地域住宅設計における意識と課題

様式の和洋混在化が認められている（「イス座」が56.8%、「イス+ユカ座」が26.3%であった）。

- 5) 現在、わが国で行なわれている住宅の品質性能についての保証は、住宅建設業者等によりまちまちで、期間については6ヵ月～2年程度が一般的である。これは消費者にとって必ずしも十分な保証期間とはいえないため、住宅性能保証責任保険を導入し、特に構造上重要な部分については、住宅引渡し後最長10年という長期の保証を実現している。
- 6) 「住宅性能保証制度の概要（一戸建住宅用）」（財）性能保証住宅登録機構 1997年
- 7) 「住宅性能保証制度データブック平成9年度版」（財）性能保証住宅登録機構 1997年

参考文献

須田松次郎「工務店経営近代化方策の検討に資する調査研究」第13回ハウジング研究報告集 1997年