

---

## 住宅の建てられ方

---

—— 住まいはこうして形づくられる ——

### お金の流れと地域貢献度の考察

これまで住宅を取り巻くさまざまな変化・変容について触れてきた。ここでは、それらを踏まえて現在の住宅の主な建てられ方を工事項目別にさらい、住まいを形づくる要素を確認してみる。ハウスメーカーと地域工務店の代表的住宅の造られ方を比較提示することで、地域貢献度の違いや各工程のお金の流れを大まかにつかむことを目的とする。

### 工業化住宅と在来工法の建て方のイメージ



まず、添付資料にある「住宅の建て方・工事費の仕組みと地域貢献度」をもとに、そのポイントを抽出しつつ、住まいを形づくる要素について考えてみる。

要素は1～14の工事項目、そしてそれらの各項目の中には建材と労務（職人）が存在している。ここで使う「建材」とは木材を含む家の部品・部材を指し、それらは家づくりを手がける側の方針や建てられる家の特徴にもよるので、使用される可能性がある主

なものが記されている。労務に関しては、どのような項目別にどんな作業工程がどのように行なわれているのかを記している。そこには、地域貢献度調査結果から抽出した数値データ（地域に落ちるお金のおおよその割合）も示している。

14の項目の中には、本調査報告の中心目的である地域貢献度に大手メーカーと地域工務店で違いが顕著に現れているものもあれば、そうでないものもある。住まいを形づくる要素には、請負う業者ごとの違いもあれば共通点もあるということである。なお、項目の番号は家が建てられる際に作成される一般的な工事費内訳書の工事項目の順番であり、工事工程は必ずしもこの順番で行われる訳ではない（それぞれが重なり合って進められる）が、便宜上おおよその工程順として理解されたい。では、表の番号の順を追って住まいがどのような工事（工程）を経て建てられるのかと、それらの工事の要点をひと通りさらい、特徴（地域貢献度について）を確認していく。

まずは、以下に1～14の工事項目一覧を示す。

1	仮設工事	8	金属製建具工事
2	基礎工事	9	内外装工事
3	木工事（躯体工事）	10	塗装・吹付工事
4	屋根・板金工事	11	家具工事
5	石・タイル工事	12	雑工事
6	左官工事	13	設備工事
7	木製建具工事	14	諸経費

続いて、項目ごとに工事内容と地域貢献度についての特徴を述べ、さらに表にてハウスメーカーと地域工務店との地域貢献度の差のポイントをまとめて示す。

## 1. 仮設工事、2. 基礎工事

仮設工事は、その名の通り「仮の設備工事」であり、ハウスメーカーと地域工務店との間に大きな違いは見られないものの、工事費全体に占める割合が1～7%台と幅がある。この差が、経費削減（コストダウン）の積極性の違いが要因で生じるのか、もしくは安全管理を重視するのか否かで表れるものなのかは一概に判断しにくい。いずれにせよ、住宅建築作業の初めの一歩であり、その後職人たちの安全性や作業効率のアップに大きく影響する項目であることは確かである。

基礎工事は、建物本体の基礎にあたる下部構造物を造るまでの全工事を指す。現在、この基礎工事は主に、独立基礎・布基礎・ベタ基礎の3つに大別されており、構造は鉄筋コンクリート造りとなっている。また、工事内容を細分化すると、土工事・コンクリート工事・型枠工事・鉄筋工事となる。この項目の要点を挙げるとすれば、ハウスメーカーにしても地域工務店にしても、多くの場合、標準仕様が定められているということである。工事費算出の便宜上システム化されているため、仮設工事同様にあまり差違は

見られない。細かな仕様に関しては各社で特徴が表れやすいが、実際の作業を担うのは地元の請け業者であることが多く、労務に関しては地域に落ちるお金は大きな方だと言える。

### 3. 木工事

木工事は、木造住宅の中心となる躯体工事であり、全工事費に占める割合は建材および労務の両面に置いて非常に高い。その工事費は、以下のように分けられている。

木工事	構造材（土台、柱、梁など）
	下地材（胴縁・野縁など）
	造作材（枠・幅木など）
	補足材
建材費	仕上材（フローリング・天井板など）
	下地材（合板・各種下地ボードなど）
大工手間費	（建方、レッカー費を含む）

多くの材を用い、労力を要する家づくりの要とも呼ぶべき項目であるが、当然のことながら建物の構造には木造以外（鉄骨造・鉄筋コンクリート造）のものもある。ところで、それぞれの構造には複数の工法（構法）があり、木造であれば木造軸組工法（構法）・ツーバイフォー工法・木質パネル工法が代表的である。これら3つの工法（構法）はもちろん、異なる建材を使って異なる作業工程を経て行なわれる。ここで特に注目すべきは、地域工務店の多くが軸組工法を採用するケースが多く、ハウスメーカーは独自に開発・発展させてきたパネル工法を採用するケースが多いということである。ただし、中小メーカーもフランチャイズ形式で地元工務店に下請けさせることが多いため、結果的に従来の軸組工法かつツーバイフォー工法が多数を占めている。

木造住宅を得意としてきた地域工務店にとって、木工事は一番の腕の見せどころであるはずなのだが、現在は大工を常用職人として抱えるところが少なく、また、工期の短縮やコスト削減を考えるとどうしても工場生産のプレカット材、人工乾燥材などが選ばれることになり、その点においてはハウスメーカーが手がける木造住宅との差がなくなりつつある。なお、地域貢献度については、現場作業を基本とする木造軸組工法とツーバイフォー工法は、パネルを工場で組み立ててしまうパネル工法より特に労務に関して地域に落ちるお金が大きいと考えられる。

### 4. 屋根・板金工事、5. 石・タイル工事

屋根・板金工事は、屋根葺き・下葺き・雨樋・庇&水押え（水切）などの作業がある。それぞれに用いられる材は昔と比べて非常に多彩になっているものの、何を使うかは施

主と事業者の考えや好み、どんな機能性を重要視するかによって決まるので施工業者による違いや傾向等は見られない。また、材に関しても地元で供給されるものはほぼないため、いずれの側面で比較してみても、この工事項目において地域貢献度に差違は表れないと考えられる。

石・タイル工事は、主に建物やその周辺に高級感や独特の趣を与えるための内外装仕上げとして用いられることが多いものである。本項目の工事費構成は、建材費：人件費＝7：3程度と考えられるため、できるだけ多くの地元産材を用いれば地域貢献度がかなり高くなる。長野県で言えば、タイルで県産のものを確保するのは難しいが、石材に関しては現在も実際に用いられているものがいくつかあるので、今後の新たな展開が期待できるもののひとつである。ただし、これらの材は単価が高く主にハイグレード住宅で多用されているため、一工事項目としてハウスメーカーと地域工務店での差違はないものの、どの住宅においても採用されるものではないため実際に施される家数は少ないと思われる。

## 6. 左官工事

左官工事は、主にモルタル下地塗り・珪藻土／プラスター／繊維壁など仕上げ塗り・土壁塗り・土間コン仕上げの4つに大別されている。細かな仕様や用いる材にはさまざまあるが、主なものは内外壁、天井、床に罎（コテ）を使って水分の多い材料を塗る作業である。乾燥および硬化してようやく完成となるため、時間を要するうえ品質が安定的とはいえず、また寒冷地では冬場作業が困難という事情もある。従って、工期の短い現場で採用されることはなく、特にハウスメーカーでは避けられているもののひとつと言える。そのため、左官仕上げの壁が、地域工務店が手掛ける住まいのひとつの特徴になりつつある。

なお、ハウスメーカーは左官壁の変わりに、サイディングを採用することが多いのだが、このサイディング自体種類が多く、価格にも幅があるため一概にどちらがどれほど高いかを述べることは難しい。しかし、工事費の構成は、左官工事費だと建材費：人件費＝3：7であるのに対し、サイディング工事は建材費：人件費＝8：2程度と考えられるため、地域に落ちるお金について言えば左官工事の方が断然大きい。

## 7. 木製建具工事、8. 金属製建具工事

木製建具工事は、障子・襖・木製ドア（引戸）の製作および取り付け工事を指す。地域工務店は職人手づくりの製作建具、ハウスメーカーは既製建具というイメージが定着しているかもしれないが、現在では工務店でも既製建具が広く使われているのが現状である。現在出回っている既製品は、ハウスメーカーを中心に建材メーカーが規格化したもので、住宅が規格化されるとともに生み出されたものだ。これにより、オーダーメード的要素が強く、手間も時間もかなり費やさねばならなかった建具工事は激変することになる。ハウスメーカーがウリにしていた住宅建築の効率化とコスト削減には必要不可

欠なものであったと考えられる。地域に落ちるお金に関しては、製作建具の場合、工事費比率は人件費が過半を占め、加えて地元産材を用いた場合はさらに地域貢献度が高くなる。一方、既製建具の場合、工事費の中で地域に落ちるお金は2割程度と考えられている。

金属製建具工事とは、開口部（特に外部に面するもの）に用いられるサッシやドアの取り付け工事を指す。アルミサッシが登場する前は木製建具、そして現在では樹脂製（強化プラスチック）がシェアを拡大しつつある。今後、国産木製サッシ性能の向上とコストダウンが実現できれば、アルミや樹脂に取ってかわる可能性もある。なお、地域貢献度に関しては、ハウスメーカーと地域工務店で違いは見られない。地域に落ちるお金を増やすためには、地域材を使った木製サッシの採用が望まれるのだが、高品質な木製サッシの製造には、品質の高い材の確保から高額なサッシ製作用加工機器を導入する必要があるため実現は容易ではないと思われる。ただし、湿度の低い長野の地域性を活かして、木製サッシを製作する建具業者が誕生しつつあり、今後の展開が注目される。

## 9. 内外装工事

内外装工事は、文字通り内装工事と外装工事がある。内装工事とは、建物内部仕上げのうちで木工事、左官工事、石・タイル工事等以外のほぼすべてを指し、壁・床・天井の仕上げ工事（クロス貼り／絨毯・カーペット敷き／カーテン・ブラインド設置など）のことを言う。また、一般的に建物の外壁には左官工事による湿式とサイディングなどによる乾式の2つの方法があるが、ここで言う外装工事は後者の乾式を指す。

内装は特に予算との兼ね合いや施主の好みにより仕上げのグレードが決まるため、ハウスメーカーと地域工務店との間に地域貢献度の差は見られない。外装に関しては、湿式に比べると乾式は工期の短さや1年を通じて作業可能なため、ハウスメーカーが好んで採用しており、地域工務店でも上記理由から選ばれる機会が増えている。内外装ともに、材は地域外で生産される工業製品であり、それらのほぼすべてが取り付け等の工事手間費を上回るため、地域貢献度は低い。

## 10. 塗装・吹付工事

塗装・吹付工事は、建物の内外に塗料を塗る、吹き付ける等の作業を行い、表面の仕上げを行なう工事を指す。以前に比べると、ハウスメーカーや一部工務店では特に、工場で塗装される既製建材を採用するケースが増えているため、全体工事に占める塗装工事の比率が低下している。しかし、一方では自然志向やシックハウス対策として天然素材を多用する地域工務店が増えているため、主な傾向は二手に分かれているのが現状である。

塗装工程は用いる材の種類、さらに施工面積や部位等によって異なり、従って塗装・吹付工事とひと口に言っても単価は部位ごとに異なる。また、材費と手間費を合算した費用でまとめて計上されるのが一般的であるため、厳密な比率にはそれぞれ差違がある。

なお、おおよそではあるが、建材費：人件費＝4：6程度であり、人件費比率が高いことから、地域貢献度の比較的高い工事項目と言える。

## 11. 家具工事

家具工事は、家具職人が家具を注文製作し、据え付ける工事を指す。家具工事を一から行なおうとすると木製建具同様に時間と手間がかかるため、ハウスメーカーの多くと一部地域工務店は施主に既製品の中から好みのものを選択させ、住宅設備工事に組み込むという方法を採用している。逆に言えば、家具工事は独自色を打ち出すことのできる部分であり、こだわりをもって取り組むことで他社との差別化を図る地域工務店も増えつつある。

地域に落ちるお金について見てみると、家具工事内の人件費の割合は建材費の過半で地域貢献度は高いと判断できる。もし地域産の木材を用いれば、地域貢献度がさらに高くなるため、メーカー既製品を使用した場合と比べるとかなりの差が生じる。

## 12. 雑工事 13. 設備工事 14. 諸経費

雑工事とは断熱・防水工事、防蟻処理、手すりや洗濯物干しやクローゼット内パイプ等の金物類の設置など、他のどの項目にも入らない工事全般を指す。全工事費に占める雑工事の割合は非常に低く、各工事の項目分けは、どの職人がその工事を行なうのかなどによって変わる場合もある。そのため、ハウスメーカーと地域工務店との間に地域貢献度の差が見られない。

設備工事は、主に住宅設備工事、給排水・衛生設備工事、電気設備工事、冷暖房設備工事の4つに大別される（各工事の詳細は表を参照）。これらの4つに共通して言えることは、工事費が高額で、全工事費に占める割合が非常に高いという点である。たとえば、住宅設備工事内の設備品であるシステムキッチンやユニットバスなどは特に高額で、設備工事のトータル金額が数百万円というケースも少なくない。ただし、用いられるのはメーカー既製品であり、全体の地域由来度（地元で落ちるお金の比率）は2割程度と考えられる。つまり、金額そのものがどれだけ高額で工事比率が高くなったとしても、地域貢献度を押し上げることにはならない。なお、住宅設備工事を含め他の工事に関しても、ハウスメーカーと地域工務店で地域貢献度に差は見られない。

諸経費は、本体工事費と設備工事費の合計金額に一定の率を掛けて算出した金額で、主に現場管理費、一般管理費、営業利益に用いられる。ただし、企業の規模や営業方針等により内容が異なるうえ、詳細が一般に明かされないため構成内容を知ることは困難だ。従って、本項目に関する地域貢献度の高さは不明である。

以下に、ここまで述べて来た、工事項目別の地域貢献度に関するポイントを表で示す。

項目	ハウスメーカーと地域工務店の地域貢献度の差
仮設	2者に大きな差はみられない。
基礎	2者とも、労務において地域に落ちるお金が大きいと考えられる。
木工事	ハウスメーカーはパネル工法、地域工務店は軸組工法、フランチャイズ形式の下請けをしている地域工務店はツーバイフォー工法を採用するケースが多い。特に労務に関しては、地域工務店の方が採用する上記2工法の特質から、地域に落ちるお金が大きいと考えられる。
屋根	2者に差はみられない。
石・ タイル	2者に顕著な差や傾向は見られないが、地元産材の積極的な使用による地域貢献度向上が期待できる。
左官	ハウスメーカーは左官壁を避ける傾向にあり、サイディングを採用するケースが多い。左官工事とサイディング工事では、工事費内の人件費比率の高い、左官工事を採用する場合は地域に落ちるお金が大きくなる。従って、ハウスメーカーに比べると左官壁を採用するケースの多い、地域工務店の地域貢献度が高くなるケースがある。
木製 建具	2者に大きな差はみられない。現在主流の既製建具ではなく、製作建具を用いると地域貢献度がかなり高くなるため、可能性および期待は大きい。
金属 建具	2者に差はみられない。しかしながら、県内では木製サッシの製作者が誕生しつつあることから、それらを積極的に採用することができれば、地域貢献度の向上がかなり期待できる。
内外装	地域貢献度は低く、2者に大きな差はみられない。
塗装	地域貢献度は比較的高いが、2者に差はみられない。
家具	2者に傾向として差はみられない。しかし、一部地域工務店では採用されているように、地元産材を使った製作家具を用いると地域貢献度がかなり高くなるため、メーカー既製品を用いた場合との差がかなり生じることになる。
雑工事	地域貢献度は低く、2者に差はみられない。
設備	地域貢献度は低く、2者に差はみられない。
諸経費	地域貢献度は不明である。

### 建材はどこから来るのか？

以上が、住まいが建てられる一般的な手順である。14の項目のうち実際に現場で職人など人の手や労力を必要とするのは1～13であるが、項目ごともしくはその住まいを手掛ける企業の方針等によって内容は異なるという点は理解してもらえただろう。ではここで、工事に用いられる建材の出所について考えてみたい。

ここまで述べてきた14の項目では、地域貢献度に注目するために、一般的に差が大きい

と考えられるハウスメーカーと地域工務店の傾向を記している。項目によっては傾向や差違が顕著に見られる部分もあるが、逆に住宅建築市場全体に共通する傾向も強く表れている。つまり、ハウスメーカーだから地域工務店だからという視点で安易に住まいの内容まで判断するのは危険だということだ。

全体を見渡すと、建材の多くがメーカー既製品であると気付く。それらは工場で大量に生産されたものである。時にハウスメーカーが独自の研究開発によって、もしくは専門メーカーが努力の末にようやく生み出したものも、海外から持ち込まれた材や製品も、どれも必ず何かしらの特徴と魅力を備えている。たとえば、機能性や耐久性の高さ、デザイン性の秀逸さ、コストの低さ、さらに該当材そのものだけではなく、それらに関わる複数工事の効率化等の利点をもたらすものとして、施工者もしくは施主に選ばれている。しかし、いずれも地域貢献度は低く、地元へ落ちる金額が低いのも確かである。

住まいを形づくる要素は実にさまざまである。工事内容（工事費のまとめ）ごとに項目に分ければ1～14と、数字を振れるような範囲に納めることができるが、実際には多くの人の手と時間が費やされており、それらは単純に分類できるものではない。しかし、明らかに必要な材や職人に関してだけでも、もっと踏み込んで考えるべきではないだろうか。それらがどこから来て、それらに支払うお金がどこへいくのか。結果社会や自身に何をもたらすのか。そういった視点で捉えると、家を形づくる要素が一覧表に整然と並べられた“項目”だけの存在に留まらぬことを思い知る。

## —— 住宅費用の経済的意義 ——

### 住宅にも「地産地消」の意識を

では、具体的な要素をひとつ取り上げて考えてみる。たとえば、木材はどうだろうか？ その材が住まいのどの部分に用いられるのかは無数の可能性があるが、まずは地元産材に興味を持つ、可能な限り地元産材を住まいに取り入れる努力をする、ということ意識してみる。それがすぐに目に見える形の結果を生み出すとは限らないが、考える広がりを探すべきである。

まずは大きな捉え方ではあるが、食の分野ではすっかり定着した「地産地消」の考え方を住宅建築の現場にも取り入れてみると良い。家づくりの世界では、原点に立ち戻るような感覚とも捉えられるが、大きな変化を経てきた住宅建築産業の現状から考えると、立ち戻るというより新たな道を探るといった考えが適当であろう。

具体的には、小さな部品ひとつでも、職人の手を要するちょっとした仕事であっても、とにかく地元の物や人を採用することがお金を地元へ落とすことになる。それが小さなエリアに限定した地域という枠組みで無理ならば、たとえばまずは国産という枠組みでもいい。範囲はどうであれ、その取り組みが材に関わる産業、そしてそれらに従事する人々の雇用の確保へとつながることは確かである。それら小さなことの積み重ねが、地



場産業の存続や更なる産業の誕生を促す可能性もあるのだ。また、特に地元で造られたもの、地元の人の手によって生み出されたものという感覚は、物に対する愛着や関わった人への感謝の気持ちをもたらすであろう。

### 認識の共有と現状打破への策

個別に考えてしまうと、それらの一つひとつは小さな一歩かもしれない。また、住まいづくりは現在、地縁や血縁というつながりが失われ、地域との結びつきや関係性が失われた非常にプライベートで孤立した世界で進みがちである。誰かと連帯感や協力の意識を共有するのは非常に難しく、従って効果を実感しにくいというのが現実である。ただし、それぞれの立場も関わり方も関係なく、多くの人間がある認識を共有することは可能だ。意識の変化とそれによって開拓される新たな道。そこには地域の産業を活性化させ、地域に潤いをもたらす大きな可能性が存在していること、そして、その可能性はやり方次第で今後さまざまな方向に伸ばすことができるのだという認識は、どこの誰であっても抱くことはできる。

さらにそこから新しい関係性が築かれることもある。過疎化や高齢化など地方の衰退が叫ばれる中、家づくりという側面から危機的状況を打開する策を見出すことができるかもしれない。

### 木材に見る、資源活用の重要性

また、特に木材に関しては、外国産材の流入や新建材の登場により住まいに使われる国産材のシェア低下は著しい。それはつまり日本の林業の崩壊と森の崩壊を意味するのだが、現実的にそれらを実感するのは非常に難しく、問題意識を持ちにくい。しかし、これからの時代、地域だけではなく国全体の産業を守ることや資源を守って活かす方法を考えることは必要だ。なぜなら、現在我々が置かれている状況は、不況の波に飲み込まれ、あらゆる国内産業に閉塞感が蔓延し、誰もが行き場をなくした行き止まりのようなものだからである。このままでは、地場産業という限られた次元だけではなく、国全体のあらゆる産業が発展の余地と方向性を失いかねない。それを打開するためのそのひとつの試みとしても、住宅産業の変革は今まさに求められている。我々にとって必要不可欠な存在である住まいが、同じく我々にとって重要な地域産業の活性化、そして森林と林業の育成および存続に大きく影響している。また、その逆で、地域産業の活性化や林業の存続が、住まいに大きく影響を及ぼすのである。

家づくりに必要なお金は多くの人にとって一生をかけて費やすもので、非常に大金である。その大切なお金が社会をどのように巡り、そしてその結果、自身に何がもたらされるのかを長い目と広い視野を持って考えるべきであろう。