

大工の見える化

—大工体験ワークショップと SNS 発信を通して—

森と木のクリエイター科 木造建築専攻 石岡 大樹

1. 研究背景と目的

私は旅先で様々な伝統的な木造建築の空間に出会ってきた。そのような体験を通して、木の魅力に触れたり、大工に興味抱くようになり、「設計と手仕事で木の魅力を活かした空間を自分で形にできる大工になりたい」と感じたのである。しかし一方で、日本の大工の現状を見ると、大工の減少と高齢化が進んでいる。未来に日本の伝統的な木造建築文化をつなぐためには、人々が木や大工仕事に興味・関心を持ち、憧れを抱く機会を増やすことが重要である。

そこで本研究では、子どもたちに大工仕事を体験してもらってワークショップを通じて、人と大工とのつながりを取り戻し、大工という職業への興味・憧れを育む方法を探ることを目的とした。

2. 大工の現状と課題

2-1. 大工の減少と高齢化

国土交通省によれば、1980 年頃に約 93.7 万人いた大工就業者は、2020 年には約 29.8 万人と約 3 分の 1 まで減少した。また、50 代以上が多数を占めている。このまま高齢世代の引退が進めば、2035 年頃には大工の数はピーク時の 1 割程度にまで減ってしまうとされ、住宅の新築だけでなく維持・修繕にも支障が生じると指摘されている。

大工減少の背景の一つとして、住宅生産の工程におけるプレカット加工の普及が挙げられる。プレカットの普及により、現場での墨付け・手刻みの機会は激減した。単調な作業が増え、熟練者から若手への技能継承の場も縮小し、伝統的スキルを学ぶ機会の減少や、職業としての魅力の低下につながる一因と考えられる。また、分業化と効率化により、一般の人が家づくりの過程で大工仕事に触れる機会も減り、大工が身近な存在ではなくなった点も課題である。

2-2. 子供の夢と職業観の変化

子どもの職業観の変化にも注目すると、かつて人気職であった「大工さん」は、2020 年以降は上位に見られなくなった。一方で、近年は IT エンジニアや YouTuber が安定して上位に現れている。このことから、日常生活やメディアを通じた接触機会が多く、仕事のイメージができる職業が安定的に選好されると考えられる。大工については、プレカット普及の時期とランキング変化には時間差があるため、テレビ番組等のメディア露出の低下等を含めた複数要因として捉える必要がある。

第10回 1998年		第36回 2025	
大工さん	9.9%	会社員	10.8%
学者・博士	7.9%	YouTuber/動画配信者	9.8%
食べ物屋さん	7.1%	野球選手	9.5%
サッカー選手/野球選手	6.0%	サッカー選手	9.1%
お医者さん	5.6%	ゲームクリエイター	5.3%
警察官・刑事	4.4%	公務員	4.5%
宇宙飛行士	3.6%	漫画家	4.3%
ドライバー	2.8%	運転士/ドライバー	3.6%
ゲームをつくる人/消防士/ テレビ・アニメ系キャラクター/ パイロット	2.4%	ITエンジニア/プログラマー	3.3%
		医師	2.6%
		建築士	2.6%

(第一生命保険「大人になったらなりたいもの」1998・2005 アンケート調査)

2-3. 行政の取り組みと制度

行政も担い手確保に向けて制度整備を進めている。「建設キャリアアップシステム」は技能者の資格・就業履歴を蓄積し、能力を客観的に見える化する仕組みである。また、2025 年導入の「建設技能者を大切にす企業自主宣言制度」は、技能者を大切にする企業を見える化する制度だ。これらは、すでに大工を志す人や現役の大工にとっては、重要な取り組みである。しかし、大工増加のためには、そもそも大工という仕事を知り、憧れを抱く入口をつくることが重要である。本研究は、大工体験ワークショップと SNS 発信を通じて大工を見える化し、子どもたちの興味・憧れ形成につながる方法を検討する。

3. 先行事例

・くむんだー

伝統的大工技術（貫工法）を体験できる木のジャングルジムである。大人数を同時に受け入れられる一方、遊具の印象が強く大工職への憧れに直結しにくいと感じた。

・キグミニ

本学の 22 期卒業生である坂本氏が開発した大工体験キットである。少人数で運営しやすく家庭で職業理解につながりやすいが、内部空間が窮屈に感じられた。以上を踏まえ、小規模で参加者に寄り添える WS を企画・実践する。

4. 実践

4-1. 小学生向けワークショップ

ワークショップの教材として、「木組みでつくるちいさなお家」を設計・制作した。設計にあたって特に

工夫したポイントを以下に示す。

- ・一目で家とわかる見た目
- ・子どもが1人でも扱えるサイズ
- ・軽自動車1台に収まる材寸
- ・2階や机が作れるといった子供が楽しめる工夫
- ・伝統的な木組みの活用

ワークショップは3回実施幼児～小学生の計15名に参加していただくことができた。



写真1：貫を協力して通している写真

全3回のワークショップを通じて、2回の開催で子どもから「大工になりたい」という声を聞くことができた。また、3回とも皆非常に熱中して取り組んでくれ、ほとんどの子から「楽しかった」「またやりたい」という反応を得ることができた。このことは、本ワークショップが少なからず子供たちに大工への興味・憧れを育むことに成功していると考えられるため、本ワークショップが大工への憧れを育む入口になり得ると実感できた。



写真2：ちいさなお家完成時の写真

4-2. 中高生向けワークショップ

中高生は、小学生よりも将来の職業選択について具体的に考え始め現実味を帯びる時期である。この世代に対し大工仕事の魅力を伝えるには、より踏み込んだ職人体験を提供し、職業観の変化を検証することが有意義だと考えた。そこで中高生を対象に刻み作業を体験してもらうワークショップを企画した。刻みWSでは、電動工具を使わず手ノコ・ノミ等で「木組みでつくるちいさなお家」の刻みを体験してもらう。ほぞ穴仕上げ→ほぞ加工→蟻継ぎ→垂木欠きと難易度が段階的に上がる構成とし、

精度の難しさと上達の実感を得られるよう設計した。これにより大工仕事の工程・道具・技能を具体的に理解し、職業イメージと興味関心を深めることを狙う。成果品は小学生WSの教材として再利用でき、継続性・普及性の向上にも寄与する。

2/7(土)郡上市明室で中学生3人に対してワークショップを実施した。

4-3. SNSを活用した見える化・循環の試み

実際の体験に参加できる子どもの数は限られるため、より多くの方に興味を持ってもらう入口を作るために、SNSを活用して大工の仕事の魅力を発信・見える化する試みも行った。

- ・ワークショップ情報の発信

実施したWSをSNS上で紹介することで、直接体験していない人にも興味を抱いてもらい、「体験→発信→興味」の循環を作り出すことを狙った参加者に向けた面と、工務店等新たな企画者の創出につなげる面の2つの狙いがある。

- ・設計のポイントの投稿

設計のポイントを発信することで、家づくりの工程や工夫を「見える化」し、大工の仕事理解を促す。あわせて本WSの特徴を伝え、他者が再現しやすくなり、普及につながると考えた。

- ・現役大工へのインタビュー発信

知り合いの大工数名に協力を仰いで短いインタビュー動画・記事を作成し、SNSで発信した。現役大工の生の声は、学生である私が頑張って大工の魅力を語るよりも説得力があり、大工に憧れを持ってもらう上で効果があると考えた。

5. まとめと今後の展望

本研究は人と大工とのつながりを取り戻し、大工という職業への興味・憧れを育むことを目的としてきた。大工体験WSでは参加者の声から、その目的を達成し得ると判断する。ただ本研究の取り組みが、大工志望者の増加へ直結するとは限らない。「大工になりたい」と語った子が、数年後に実際に大工になる保証はないためである。しかし、職業選択の動機は多様であり、子ども時代の憧れは強力な原体験となり得る。少なくとも参加者の中に大工への憧れを抱いた子が存在したことは確かであり、進路を考える際に「大工」という選択肢を想起する可能性を高めた点に意義がある。

一方で最大の課題は継続性と普及性である。現状は小規模な実践に留まるため、今後はWSをモデル化し、他地域でも再現可能な形にしたい。そのために、図面とWSの手順書の公開を行う。「キット化して販売してほしい」という声も出ており、採算性と安全管理の検討は必要だが夢のある展開である。また、学校教育との連携を視野に入れ、公教育の枠組みで大工仕事の魅力を伝える仕組みづくりも視野に入れたい。個人でのワークショップの取り組みも続けていきたいと思う。