

資料 1

床・内装工事業の人材育成等について

1 業界の特徴

(1) 社会的意義と役割

生活をしていく上で、基礎となるのは「衣・食・住」である。

「住」について、人々は「いつも心地よく過ごしたい」という思いがあり、その思いは個々のライフステージや流行、季節等により変化している。

また、「住」は、個人住居や高層マンション、学校やオフィスビル等に見られるようにその使用目的や周辺環境等により多種多様である。室内装飾に関しても①建築的要素となる床、壁、天井、窓、出入口、②室内空間を構成する要素となる家具、カーテン、ブラインド、じゅうたん、③照明、音響など演出要素などがある。

このため、普段生活している中で身近にある室内装飾に関する人々の思いは強く、新築や建物の老朽化のリフォームの際には、室内装飾に対する期待が高い。

当該業界では、あらゆる建築物の室内装飾に関する多様なニーズに対応するための商品や施工技術の提供と向上に努めるなど、人々に安心して快適な「住」空間の創造に貢献している。

(2) 新設住宅着工戸数の推移¹

新設住宅着工戸数については、昭和年代には、目まぐるしく変動する社会経済の影響を受け、増減を繰り返してきた。平成になると、昭和の終わりに発生したバブル崩壊の影響を受けて着工戸数は落ち込み、その後も消費税率の改正、所得の低迷、リストラなどにより着工戸数はさらに減少した。

しかしながら、税制改正、経済対策等の政策効果により住宅取得環境が改善され、図表 A-1 に示すとおり、平成 15～18 年度においては増加に転じた。

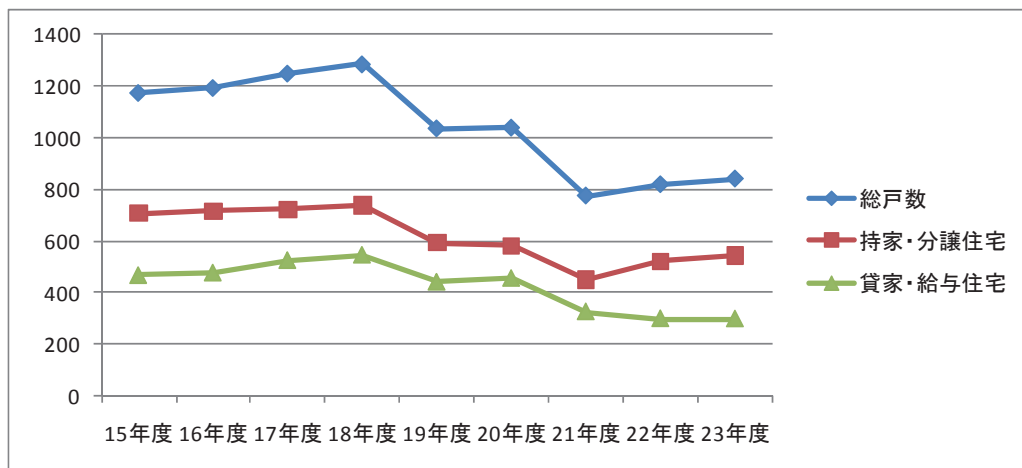
平成 19 年度になると、主に改正建築基準法の影響を受け、大幅に減少（1,036 千件）した。平成 20 年度には回復の兆しはあったものの、平成 21 年度には再び景気の悪化を受けて 775 千件まで落ち込んだ。しかし、平成 22 年度から僅かながらも増加傾向を示し、平成 23 年度には 841 千件に回復している。

そのうち、借家・給与住宅は平成 18 年度から減少傾向にあり、平成

¹ 住宅経済データ集 2012 年（平成 24 年）度版 編集協力：国土交通省住宅局住宅政策課
株式会社住宅産業新聞社発行

22 年度から横ばいとなっている。持家・分譲住宅も平成 18 年度から減少傾向にあったが、平成 21 年度から回復傾向にある

図表 A-1 新設住宅着工戸数の推移（総戸数、持家・分譲住宅、貸家・給与住宅）
（単位：千戸）



住宅経済データ集（平成 24 年度版）より作成

（3）増改築・リフォームの推移²

現在、居住水準の向上を図るためには、新設住宅の建設のみならず、既存住宅の有効性を計ることが重要であると指摘されている。既存住宅の活用方策の一環として、増改築や模様替え等のリフォームが注目されている。

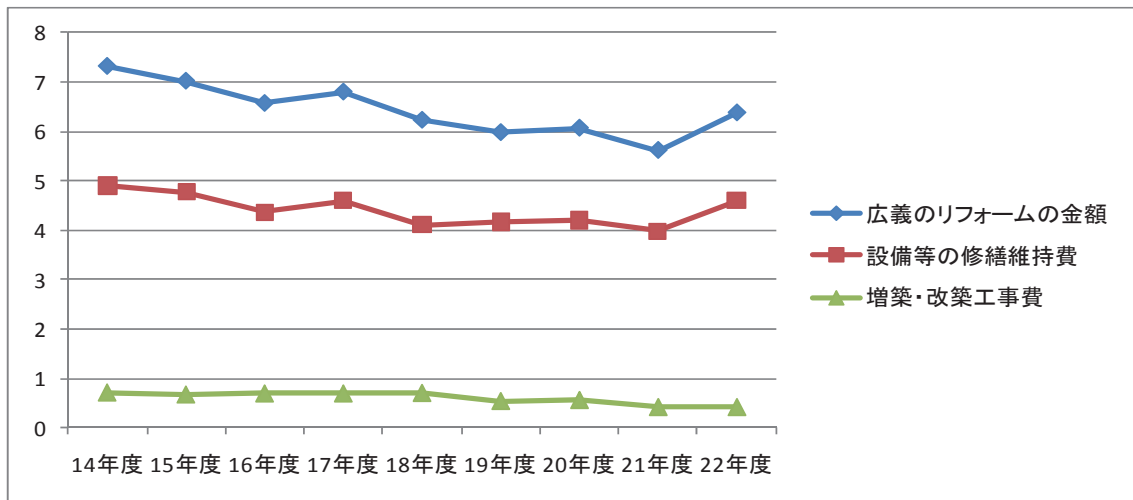
図表 A-2 に増改築・リフォームの市場規模の推移を示す。

リフォーム全体の金額で見ると、平成 14 年度から減少傾向（7.31 兆円）にあり、平成 17 年度に一時回復したものの、平成 21 年度には 5.61 兆円まで落ち込んだ。しかし、平成 22 年度から回復の兆しが見え、平成 23 年度には 6.37 兆円に回復している。

そのうち、増築・改築工事費は平成 21 年度以降横ばい（0.42 兆円）であるが、設備等の修繕維持費は平成 21 年度には 3.96 兆円まで落ち込んだが、平成 22 年度には回復（4.60 兆円）している。

²住宅経済データ集 2012 年（平成 24 年）度版 編集協力：国土交通省住宅局住宅政策課
株式会社住宅産業新聞社発行

図表 A-2 住宅リフォームの市場規模³ (単位：兆円)

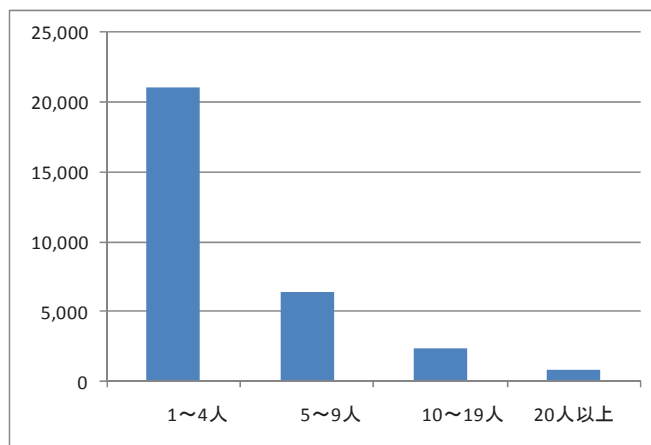


(住宅経済データ集 (平成 24 年度版) より作成)

(4) 床・内装工事業の企業規模別事業所数 (単位：事業所)

図表 A-3 に床・内装工事業の企業規模⁴別事業所数を示す。従業員が 1～4 人の事業所が 21,055 事業所と大多数を占めており、5～9 人は 6,376 事業所、10～19 人は 2,330 事業所、10 人以上は 784 事業所となっている。

図表 A-3 床・内装工事業の企業規模別事業所数 (単位：事業所)



(総務省統計局 平成 21 年度 経済センサス基礎調査第 9 表より作成)

³ 「広義のリフォーム市場規模」とは住宅着工統計上「新築住宅」に計上される増改築工事、エアコンや家具等のリフォームに関連する耐久消費財、インテリア商品等の購入費を含めた金額を言う。

⁴ 従業員規模別

20人以上の事業所の中には200人以上の事業所も含まれるが、このような大規模な事業所は僅かである。一方、従業員9人以下の事業所は27,431事業所と全体の9割近くを占めている。

このように、床・内装工事業においては、少数の大規模事業所と多数の小零細事業所の構造が見える。

2 職務の変化について

建物の内装に係る製品は、主なものでも壁紙、床、カーペット、カーテン、照明など幅広く、商業施設やオフィス、個人住宅や介護施設等のニーズに対応した機能性とデザイン性のある製品が次々と開発されている。

また、東日本大震災等の影響により、一層の省エネルギー化への対応が求められていることから、新築やリフォームをする際にLED照明、床暖房、断熱効果のあるカーテンの設置等、環境と経済性を兼ね備えた製品の普及が進んでいる。

しかし、その一方でバブル崩壊以降、リーマン・ショックも重なり、世間ではコスト削減が求められるようになり、内装製品についても海外からの低価格製品の輸入、工期短縮が可能となる資材や施工技術の導入されている。

このため、室内装飾業の従事する人材は、多種多様な製品の中から、お客様のニーズとコストに対応した製品及び施工方法を選定する能力とともに、製品の特徴等をわかりやすく説明する能力が求められている。

特に最近では、モバイル端末等の普及により、一般の方でも商品の種類や性能、工事費などの情報を収集することができるため、お客様から工事費などの算出根拠等の説明を求められた場合にも対応できる能力、見積り金額の標準化など価格の透明性なども求められている。

さらに建物や材質に対して安全・安心を求めるお客様が増えており、建物全体の耐震性やカーテン、ジュータンなどの耐火性の確保、建築材料の塗料や接着材などが大きな要因とされるシックハウス症候群など健康被害対策も重要視されている。

3 変化の要因について

(1) コスト削減

建設業主要上場企業の売上高は、バブル崩壊後、ゆるやかな回復基調であったが、2008年秋のリーマン・ショックにより再び悪化し、2011年度3月期の売上高は10年前(2002年3月期)と比較して約3割の落ち込みとなった。

この状況下で各企業は、公共工事や民間工事の受注のためのコスト競争にさらされている。

(2) 収益性の低下と若年労働力の不足

同業者同士の値引き競争の激化、発注者側からの値引き要請が厳しくなり、売上確保のため採算割れも起きるなど収益性が低下している。特に、特殊技能を持たない労務提供型の小規模事業者の場合は、製品売り上げによる利益がないとともに、競合企業が多いことから、作業量が増加しても高い収益力はあまり望めない。

また経営者および社員の高齢化が進み、企業として、主力となる高齢者層と若年層の年齢構成のアンバランス化も危惧されている。

しかし、メーカーのように設備投資をして省力化を図っていくことがむずかしい労働集約型の業界においては、若年労働者の確保したい想いはあるものの、経営上、安定した仕事量の確保等の見通しが困難であることから、若年者や中途採用の人材採用計画に苦労している。

(3) 顧客ニーズの多様化

インターネット等の普及により、一般の方々でも新築やリフォーム計画する際に、新商品の特徴や内装施工後の完成イメージ図の確認、概算費用等に至るまで、室内装飾工事に関するあらゆる情報を収集することが可能となっている。

このため、住宅の購入等の際に、個人や家族のこのみやこだわりに対応した商品を探求し、製品のメリット、デメリットを確認するなど商品を納得した上で契約を行うなど、内装品に関する高い関心が寄せられている。

特に、省エネルギー設備、新素材や地域の材料で制作された床やクロス材、防音効果の高い材質や工法など、顧客のニーズは多岐にわたっている。

(4) 安全性の確保

東日本大震災等の影響により、耐震性など建物全体の構造や工法とともに内装品に対する安全に対する意識が高まっている。

例えば、軽量で強度のある部材を活用することによる耐震化の向上を図ることやカーテンや床などを耐火性のある材料の活用を求めるニーズが多くなっている。

また、シックハウス症候群など住環境に伴う健康被害に対する対応策として、揮発性有機化合物(VOC)放散量の低い建材や接着剤・塗料を使用した製品を使用するなど、安全に関する知識等を理解した上で、施工する能力が必要とされている。

4 人材育成の現状と課題

室内装飾業は、いわゆる労働集約型の業界であり、商品の中心はモノではなく、施工の仕上がり具合などの技能や技術力である。

企業（業界）として、その技能伝承とともに技術革新に対応した新素材や新工法、環境問題に対応した知識や施工技術を習得することが大切であることから、より効果の高い、利益に結びつく教育を実施しなければならない。

人材育成の実施方法としては、仕事を通じて指導する OJT(※1 参照)を中心に行っているが、OJT を実施できる環境が少なくなっている。

この大きな要因は、コスト削減の影響による工期短縮や人件費の削減されており、一人の業務量が多くなっているためである。

他の要因としては、指導・育成できる人材が不足している点もあげられており、OJT を補完する観点から、Off-JT(※2 参照)で訓練を実施している企業も多い。

例えば、現場内での安全を確保するための安全教育や、技能習得度を客観的に示す技能検定等の資格取得のための研修などに受講させている。

また、安全や技能向上以外にも、新技術の動向、品質を保つための現場管理能力やコミュニケーション能力も求められている。

さらに、企業発展のため、時代変化に対応した企画・提案能力を持つ従業員を育てるためにも教育訓練は欠かせなくなっている。

そのため、一企業では、解決できない人材の育成に関する課題を解消するため、日本室内装飾事業協同組合連合会が中心となって傘下の47都道府県電気工事工業組合や全国青年部等が主体となり、将来の業界の後継者の育成や情報の共有化等を目的として、技術研修、経営セミナー等の研修事業を展開している。

※1 OJT (On the Job Training)

日常生活において、上司が部下に対して仕事を通じて必要な知識、技能、問題解決能力、そして仕事に対する態度を計画的に教育訓練する方法をいう。(職業能力開発用語辞典より)

※2 Off-JT (Off the Job Training)

研修や講習会など、日常業務から離れて受ける集合教育訓練をいう。
(職業能力開発用語辞典より)

5 階層別人材育成について

階層別人材育成については、企業の従業員の年齢構成等により異なるが、主には次のような内容となっている。

(1) 新人 (採用～2年)

入社後直ちに上司から「社会人としての心構え」や「安全教育」とともに必要最小限の「専門知識」の指導を受けた後は、施工技術等の基礎について、先輩(中堅)からのOJTで育成が行われており、技能検定(図表A-4 ※3 参照)3級の資格取得を目標にしている。

(2) 中堅(2年～10年)

専門知識や多様な施工技術を先輩(ベテラン)からOJT中心で習得するとともに、技能検定2級の資格習得を目標にするなど技能の向上を図っている。

また、新人(後輩)を指導することにより、専門知識や基礎技能の再確認を行うとともに新人とベテランとの橋渡し役(中堅)として役割が期待されている。

(3) ベテラン(10年～)

協同組合等が実施するセミナー等で、新素材や新工程に対応した施工技術を習得するとともに、技能検定1級の習得など更なる技能の向上を図ることが期待されている。

さらに、熟達した作業能力と豊富な知識・経験を生かして、社内をまとめる能力と建築現場に関係する他業種(電気工事等)の方々と仕事が調整できるなど現場をまとめ効率的に作業を進めるためのマネジメント能力が必要とされることから、「登録内装仕上工事基幹技能士」などを取得することが期待されている。

6 特に求められる能力について

(1) 安全・安心に対応できる能力

施工現場は、天井・壁などの高所での刃物等の工具を使用した作業が多い。このため、絶えず災害に遭う危険と隣り合わせであり、災害が発生し

た場合には、個人の身体的苦痛ばかりでなく、施主からの信用をすべて失うことになる。

さらに企業としての存続が困難な状況になる場合があることから、安全確保のための心構えや施工方法などの徹底が求められている。

施工技能者として、人命を火災から保護するため、高層建築物、地下街、劇場、ホテル、病院等防火対象物において使用するカーテン、ジュータン等については、消防法により用途に対応した「防炎ラベル」を表示する必要があるなど知識が求められている。

また、床や壁紙の建材から放散される化学物質(ホルムアルデヒド等)により発生するシックハウスに関する知識等についても理解した上で施工できる能力等がお客様から求められている。

(2) 建設コスト削減に伴う多能工化

近年の建設コストの減少により、地域の建設業界の経営環境は厳しいものとなっている。

特に施主からの使用材質の指示や納期の短縮、納期短縮に伴う人件費のコスト削減など多様な要望に答える必要がある。

このため、要望に対応できなければ仕事を受注することができない状況となっていることから、施工技能者は、決められた納期で施工ができる能力はもちろんのこと、材質の変化や工程の変化に対応できる人材となることが求められている。

(3) コミュニケーション能力

コミュニケーション能力は、仕事をする上でとても重要であり、とりわけ、他業種の間が関係して仕事を行う建設業界では、社内における仕事の進め方に対する指示・確認だけでなく、施主・他の工事業者との仕事の段取り等の調整の際に相互の意思が通じるようにできること大切である。

特に、相手の意思を確認しないで仕事を勝手に行った場合のクレームは、時間、材料、工事費が無駄になるばかりでなく、施主からの信頼を失うことになることから、相手との十分なコミュニケーションを取るが重要である。

また、社内において、コミュニケーションがうまくいっている企業では、仕事の段取りや「こつ」が、スムーズに先輩から後輩へ伝承されるなど、人材育成ができることとなる。

7 主な資格

室内装飾業に従事するために必要とされる主な資格は、インテリアデコレーター、壁装施工管理者、技能検定（表装（壁装作業）、内装仕上げ施工（プラスチック系床仕上げ工事作業、カーペット系床仕上げ工事作業、カーテン工事作業））などがある。その一例を図表 A-4 に示す。

図表 A-4 床・内装工事業に従事するために必要な主な資格

資格名	概要
インテリアデコレーター	日装連が実施する資格で「室内装備の企画・設計・施工管理」、「インテリアの企画・設計・インテリアコーディネート」「防災・防火・法令遵守の責任施工」、「室内環境の安全性に配慮した施工」、「インテリアコンサルティング」といった知識・技術、能力・経験を有することが必要。
登録内装仕上工事基幹技能者	日装連等が実施する資格で、いわゆる上級職長等として、元請の計画・管理業務に参画し、補佐することができる熟達した作業能力と豊富な知識、現場をまとめるなどのマネジメント能力・経験を有することが必要。
技能検定 表装 (壁装作業)	1級 表側にへり布及びふくりんの付いた本紙を、裏側に斜めはぎで布と紙の重ね張りを行う。 2級 表側に柄新鳥の子紙を張り、へり回りにすじの付いた布張りを、裏側にたてはぎで重ね張りを行う。
技能検定 内装仕上げ施工 (プラスチック系床仕上げ 工事作業)	1級 試験台1の平場及び階段部分に床タイル及び床シートを張り付ける作業を行う。試験台2の平場及び立上り部に床シート張り及び熱溶接作業を行う。 2級 試験台の平場に床タイル及び床シートを張り付ける作業を行う。 3級 試験台の平場に床タイル及び床シートを張り付ける作業を行う。
技能検定 内装仕上げ施工 (ボード仕上げ工事作業)	1級 鋼製下地が取り付けである試験台に、天井伏図、展開図等に基づいて、天井及び壁(柱による違い壁)のボード仕上げ作業を行う。 2級 鋼製下地が取り付けである試験台に、天井伏図、展開図等に基づいて、天井及び壁(平壁)のボード仕上げ作業を行う。 3級 鋼製下地が取り付けである試験台に天井伏図、

	壁立面図等に基づいて、天井及び壁(平壁)のボード仕上げ作業を行う。
技能検定 内装仕上げ施工 (カーテン工事作業)	1級 カーテン施工製作図により、裏地付きのカーテンを仕上げる。 2級 カーテン施工製作図により、カーテンを仕上げる。 3級 カーテン施工製作図により、カーテンを仕上げる。
技能検定 内装仕上げ施工 (鋼製下地工事作業)	1級 試験台に天井伏図、展開図等に基づいて、天井は鋼製野縁、野縁受け、つりボルト等を使用し、また、壁(柱による違い壁)は、スタッド、ランナ、スペーサ等を使用して鋼製下地作業を行う。 2級 試験台に天井伏図、展開図等に基づいて、天井は鋼製野縁、野縁受け、つりボルト等を使用し、また、壁(平壁)は、スタッド、ランナ、スペーサ等を使用して鋼製下地作業を行う。 3級 試験台に天井下地軸組図、壁下地軸組図に基づいて、天井は鋼製野縁、野縁受け、つりボルト等を使用し、また、壁(平壁)は、スタッド、ランナ、スペーサ等を使用して鋼製下地作業を行う。
インテリア コーディネーター	住宅の内装や改造に関して、関連する商品知識をもとに消費者に選択や組み合わせをアドバイスを行う。
インテリアプランナー	建築物のインテリアの設計、工事管理などを行う技術者
各種特別教育	各特別教育の内容の詳細は、労働安全衛生規則第39条の規定に基づき、安全衛生特別教育規程その他の告示により定められている。