

報道関係者 各位

2026 年 1 月 14 日
野原グループ株式会社

【独自調査②】「建設 2025 年問題」が建設業界に突きつける現実——技術継承と人材不足の壁 熟練技術者の大量退職で「技術継承に不安」9 割超、 若手定着と教育体制に課題 ～BIM・デジタルツール活用に期待も、現場では「OJT 不足」が深刻～

BuildApp（ビルトアップ）で建設 DX に取り組む野原グループの BuildApp 総合研究所（所在：東京都新宿区、代表：山梶真司）は、全国の 20 代～70 代の建設産業従事者 1,000 人を対象に、いわゆる「2025 年問題」に関する意識調査をしました。

本調査では、団塊世代の大量退職による技術者不足と技術継承の危機が、建設業界にどのような影響を与えていたかを明らかにしました。建設現場の未来像を考察します。（調査結果の詳細は、後述のトピックスを参照願います。）

調査実施概要

調査期間：2025 年 11 月 14 日～11 月 21 日	回答数：1000 名
調査対象者：全国の建設産業従事者	調査方法：インターネット調査（株式会社 PRIZMA/旧・ゼネラルリサーチ株式会社）

＜結果総評＞

● 「2025 年問題」の全体での認知度は 89.1% も、内容理解度では 63.0% と低めに
業界課題として広く認識はされているようだが、内容理解=「熟練技術者の定年による大量退職での技術継承が問題化」という点は 2/3 にとどまる。

内容理解度を職種別にみると、1 位は「DX 推進部門」（95.3%）、2 位が「購買部門」（81.9%）と高く、意外なことに、現場に近い職種では、「専門工事」（認知 76.1%、理解 51.1%）、「施工」（認知 83.3%、理解 56.1%）、「施工管理（現場監督・所長）」（認知 92.1%、理解 66.1%）では内容理解度が低い結果に。

● 「2025 年問題」の内容理解度が高い人は、技術継承への不安を 9 割超が感じている。

理由は「仕組み不足」と「人材不足」

「2025 年問題」の内容理解度が高い人で、技術継承への不安を感じる人は、全体で 92.0% を占めている。
不安の背景、上位 3 位には、

- ・若手が定着しない・育たない（42.2%）
- ・技術継承の仕組みが不十分・若手が定着しない・育たない（42.2%）
- ・人手不足が深刻（35.5%）

といった複合的な課題があるとみられ、「仕組み」と「人材定着」が、不安感に大きく影響している。

● 最も有効な取り組みは「OJT」「技能検定・資格取得支援」だが、現場では教育時間が不足

不安を感じる層は「OJT」（52.7%）「動画教材・マニュアル化」（39.0%）を重視する一方、不安を感じない層は「資格取得支援」（19.5%）を重視する傾向がある。従来型の「手に職、体で覚えろ」派と、標準化・デジタル化を進める派に分かれていることがうかがえる。

● BIM やデジタルツールへの期待は二極化

「BIM やデジタルツールは、技術継承に役立つ」と考える層は全体の 69.3% で、教育時間不足やマニュアル化の遅れを課題視し、動画や ICT で効率化を図ろうとしている。一方、「役立たない」と考える層は 30.7% で、技術=職人の腕という認識が強く、デジタルでは身につかないと考える傾向がある。BuildApp のような建設 DX ツールには、“人が増えなくても質とスピードを落とさない現場”をデータで作り、生産性向上に貢献することが求められていくだろう。

● 企業・行政・社会に求めることは「待遇改善」と「教育支援」

企業には 63.9% が賃金・待遇改善求め、行政には 50.2% 建設業法改正による価格転嫁義務化、社会に対しでは 60.5% が職人技術への理解と尊重を求めており、こうした喫緊の課題として挙がる。

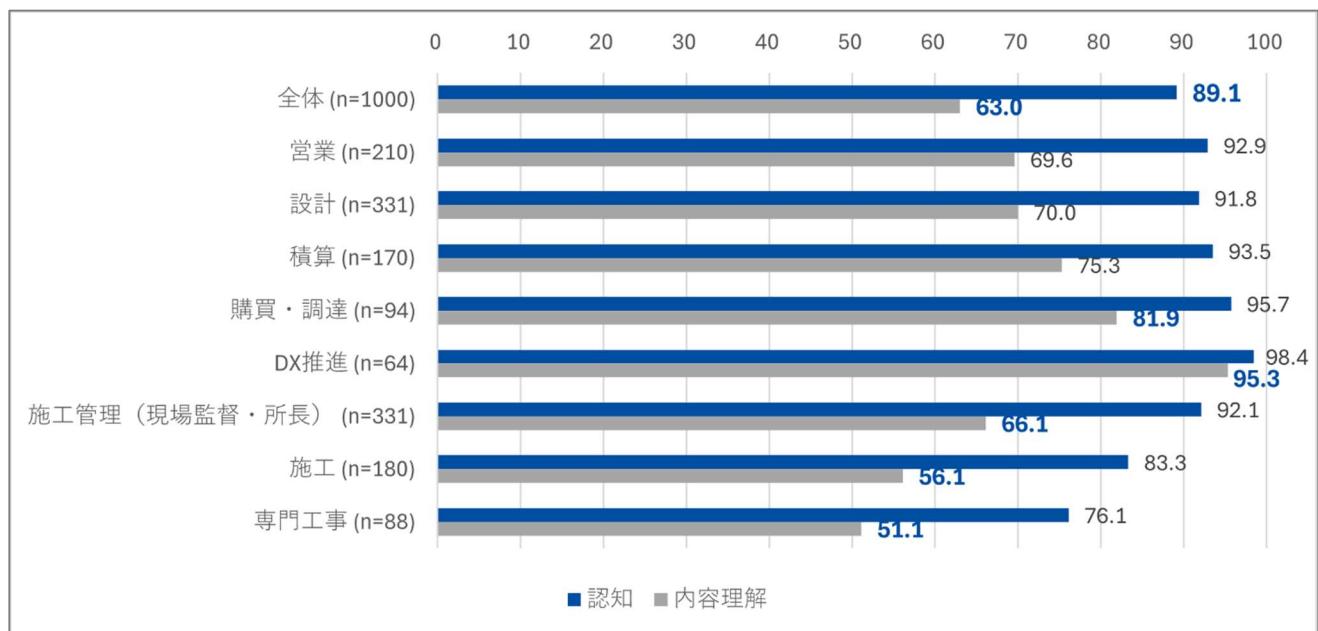
特に社会に対しては、別質問でも「職人技術の価値が軽視されている」と感じる人が 12.1% おり、大手メディアが建設業界を取り上げるのは事件や事故の時だけという風潮も見直される必要がある。

【考察】

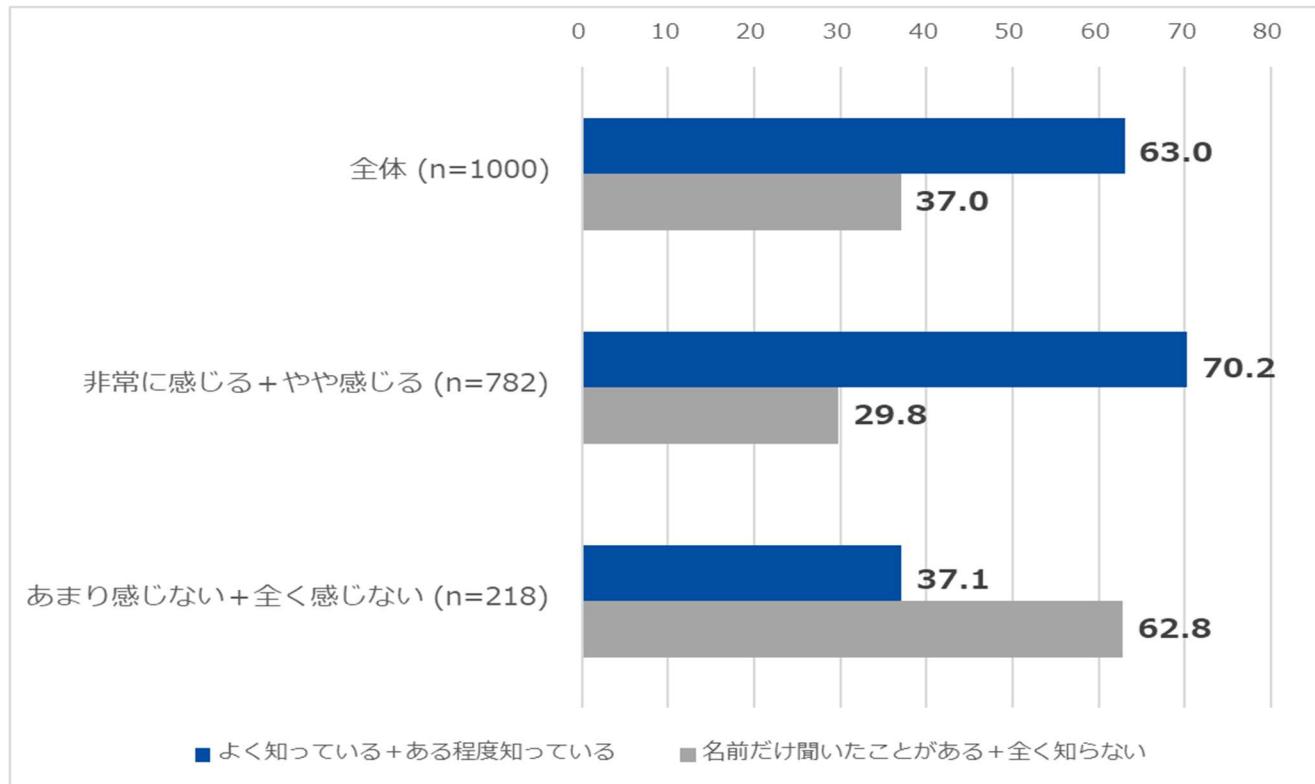
- ・技術継承の不安は9割超——背景は「仕組み不十分×人材不足×教育時間不足」
 - ・「OJT、動画教材、マニュアル化」を重視する層が多いが、現場では教育時間がない。デジタルで“時間と場所の制約”を超える仕組み化が鍵
 - ・BIM／デジタルツールへの期待は二極化
- BIMやデジタルツールへ期待する層は教育・標準化の遅れを課題視し、ICTによる効率化を求める。一方、否定的な層は「技術=職人の腕」という認識が強く、「技=職人の腕」という認識が強いのか、デジタルでは技能が身につかないと考えているようだ。
- ・このギャップを埋めるには、プロセスの「可視化」「標準化」「共有」するクラウド基盤が必要
 - ・BuildAppのようなBIM／デジタルツールの活用は“人が増えなくても質とスピードを落とさない現場”をデータ活用によってし、人手不足×教育時間不足を生産性向上で解決する仕組みづくりの一例となりえる。
 - ・設計～生産～施工の情報を一気通貫で管理し、熟練の“暗黙知”を動画・データで形式化。研修から戦力化に寄与させることが重要になる。

【トピックス】

1. 「2025年問題」について、どの程度認識していますか？〈SA〉

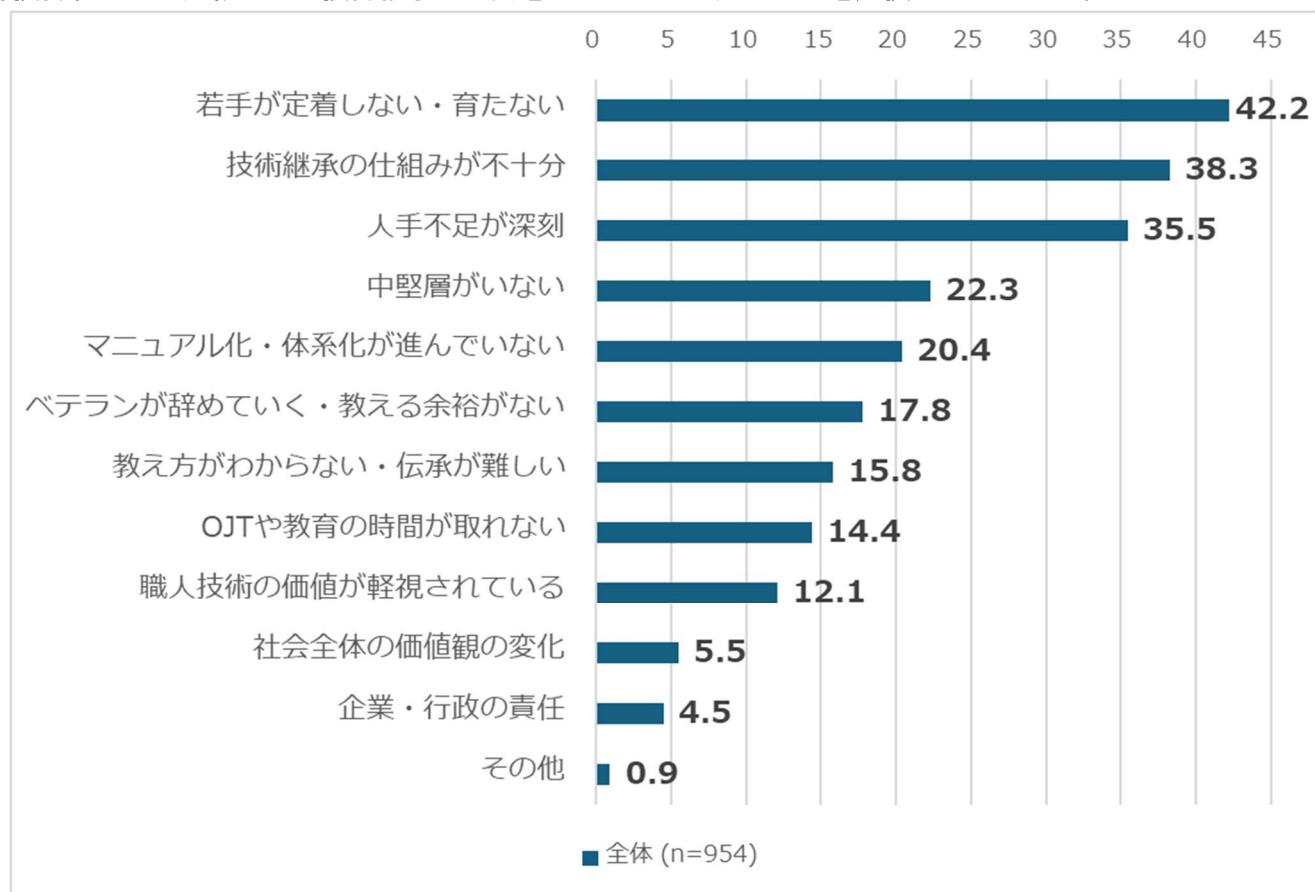


2. 「2025年問題」についての認識度と、「技術承継」への不安度の掛け合わせ集計
認知度が高い層ほど、技術継承への不安も高まる傾向に

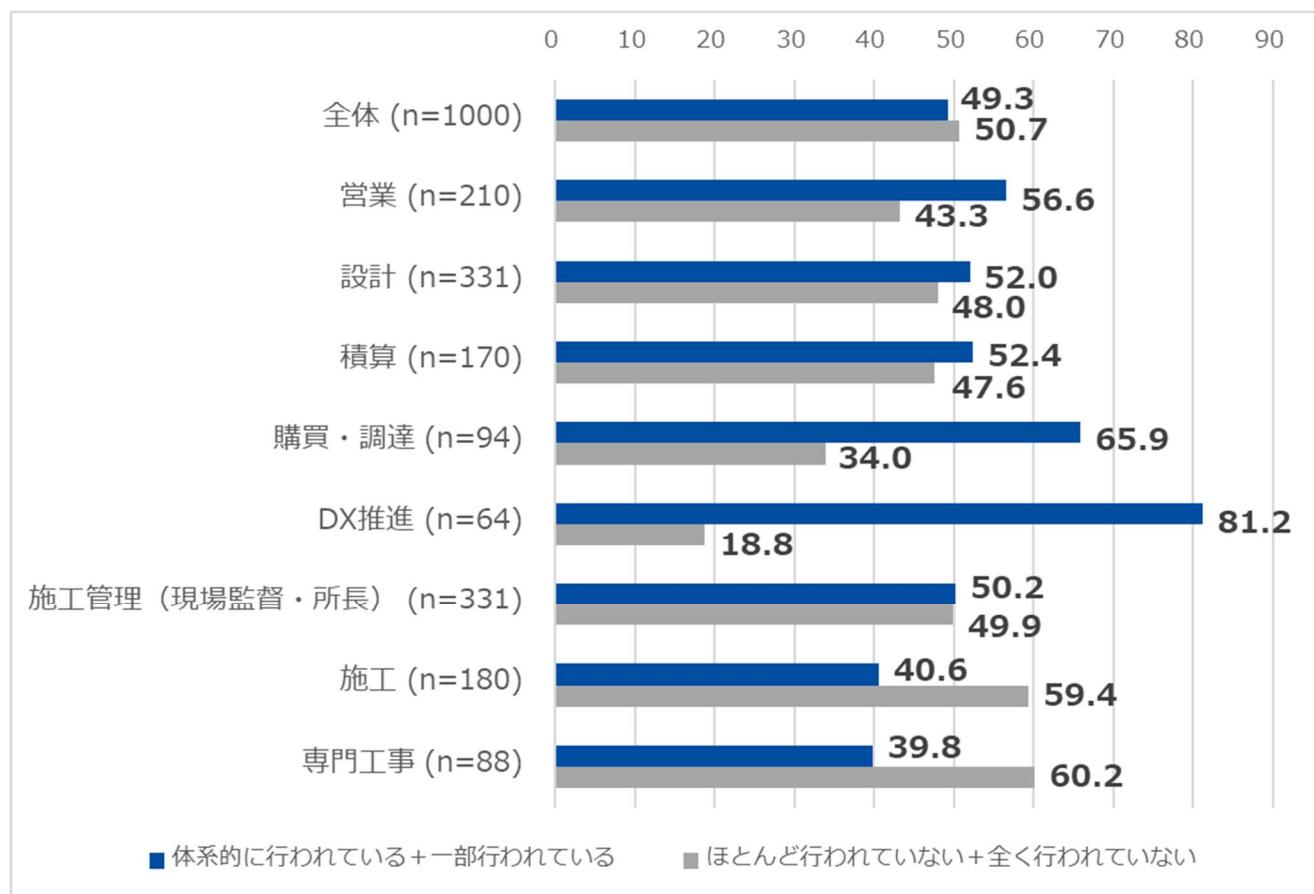


3. 技術継承への不安。理由は「仕組み不足」と「人材不足」

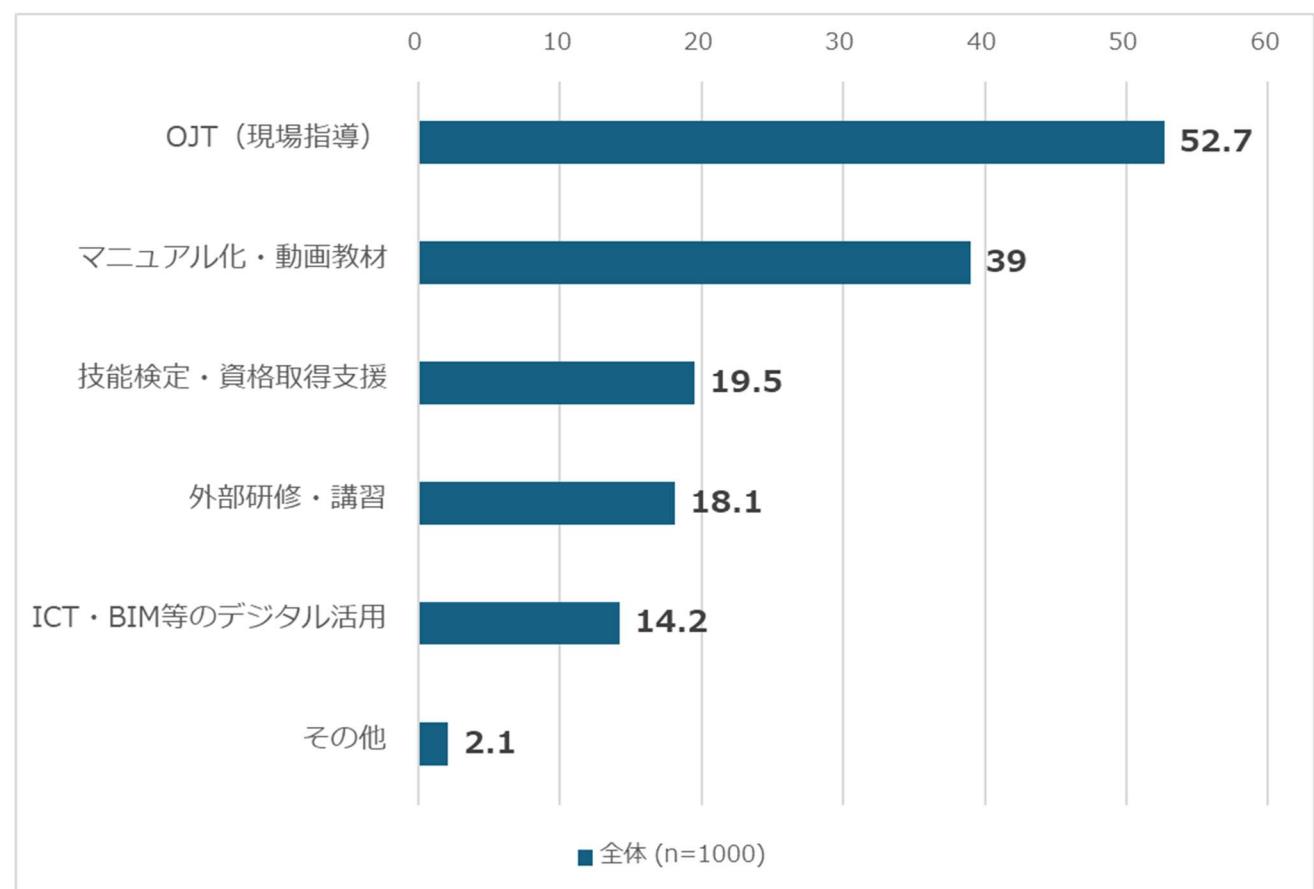
熟練技術者の大量退職による技術継承に不安を感じる理由に近いものを選択してください。〈MA〉



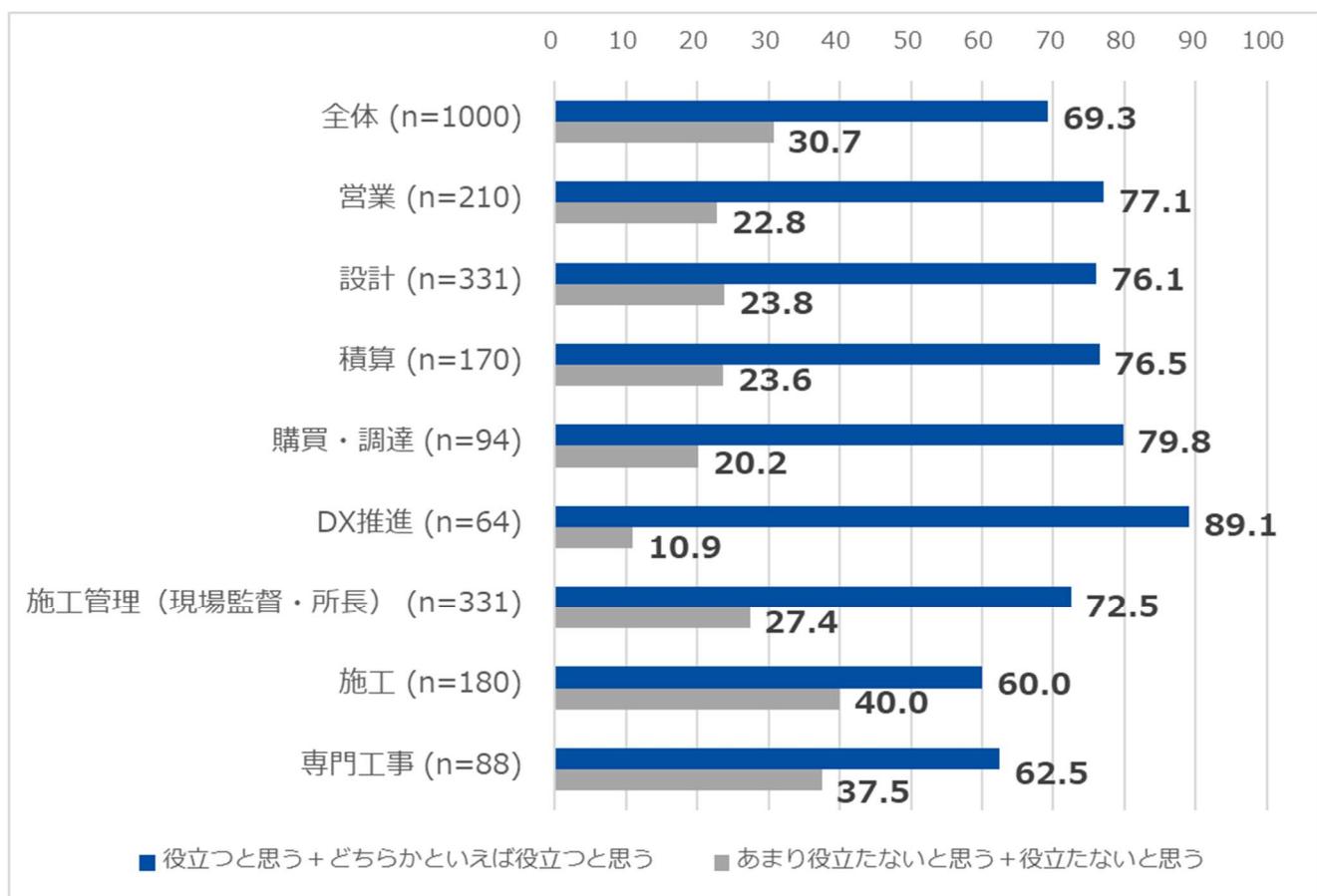
4. 技術継承のための社内教育やOJTは十分に行われていますか？<SA>



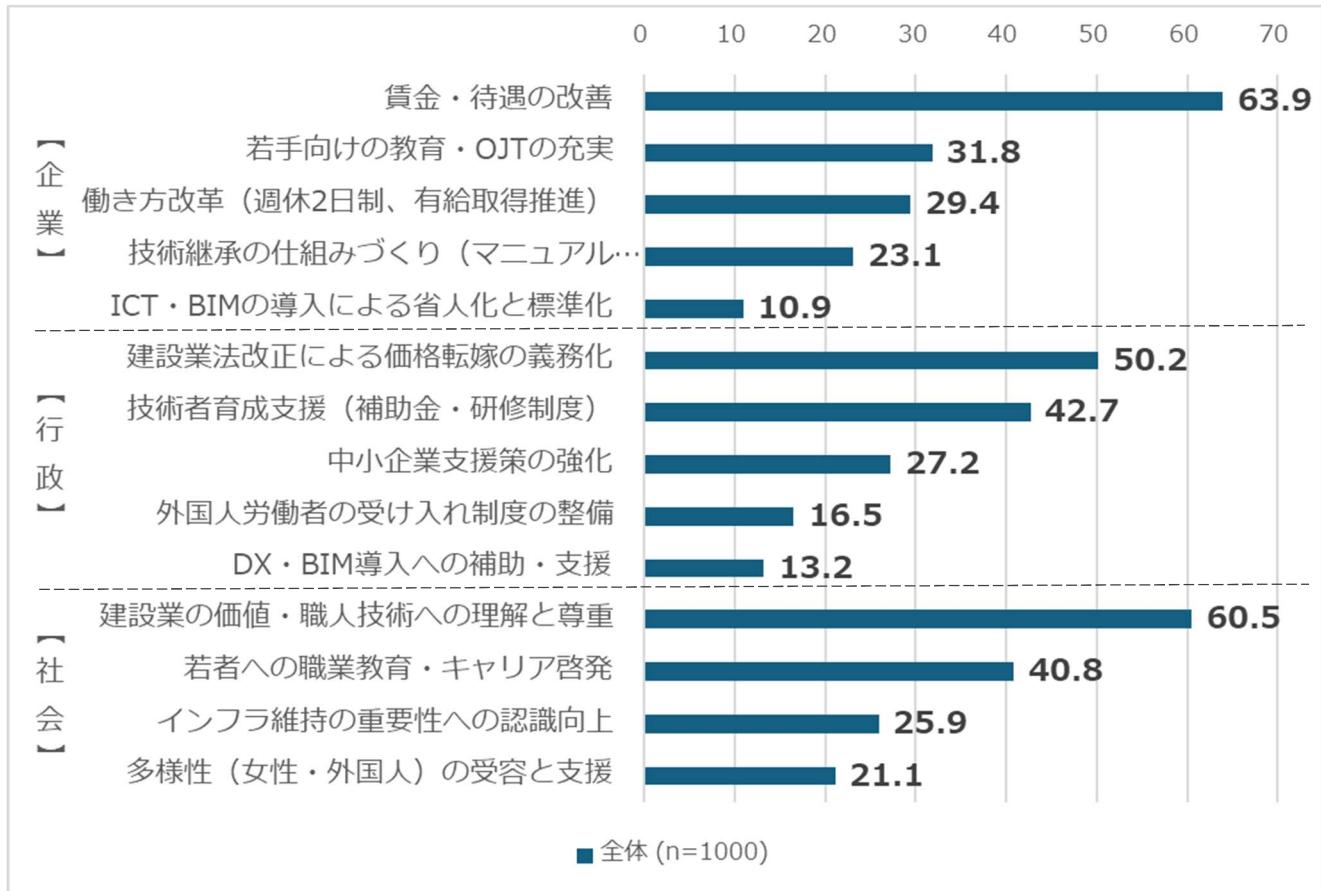
5. 技術継承のために最も有効だと思う取り組みは何ですか？<MA>



6. BIM やデジタルツールは、技術継承に役立つと思いますか？ <SA>



7. 企業・行政・社会に求めることを選択してください<MA>



以上

BuildApp 総合研究所とは

BuildApp 総合研究所は、建設産業におけるデジタル技術の活用とサプライチェーンの変革を推進・啓蒙するため、2024年12月に設立された任意団体です（代表：山梶真司、野原グループ株式会社グループ CMO）。主な活動内容は、建設 DX やデジタルツールの活用方法に関する情報発信です。

BIM 設計-製造-施工支援プラットフォーム「BuildApp」について ※登録商標取得済み



建設プロセスに、革新と未来を。

「BuildApp（ビルドアップ）」は、設計事務所やゼネコンが作成した BIM 設計データをより詳細なデータに置き換え、各建設工程で必要なデータとして利活用し建設工程全体の生産性向上を実現するクラウドサービスです。設計積算から製造・流通・施工管理・維持管理までを BIM でつなぐ複数のサービスにより、各プレイヤーに合わせたサービスを提供します。そして、設計・施工の手間・手戻りをなくし、製造・流通を最適化して、コスト削減と廃棄物・CO2 削減に貢献します。

「BuildApp」は、建設サプライチェーンの抜本的な効率化と未来へ繋がる成長をサポートし、皆さまと一緒に建設業界をアップデートしていきます。



私たちが BuildApp で実現したいこと

- ・BIM 起点のデータで建設関係者を繋いで連携を生む
- ・工程の可視化や業務の自動化により業界内の無駄を解消する
- ・DX による生産性向上や廃材・CO2 排出量の削減を目指す建設企業とともに、サプライチェーンを変革し、「建設 DX で、社会を変えていく」

BuildApp の新サービス「BuildApp 内装 建材数量・手配サービス」が2月より商用提供開始

「BuildApp 内装 建材数量・手配サービス」は、建材発注数量の算出や施工情報の自動アウトプットができる内装仕上工事向けのサービスです。

BIM で内装仕上工事に必要な建材手配に関わる業務を効率化し、無駄を省いた効率的な材料手配を実現します。

サービス第一弾！



» BuildApp 内装

— 今後も続々サービスリリース予定 —

＜お問い合わせ先＞

BuildApp WEB	https://build-app.jp/
お問合せフォーム	https://build-app.jp/contact/

●お役立ち資料のご紹介

今回の調査結果を取りまとめた資料をご用意しています。

技術継承に向けた BIM・デジタル化の可能性にフォーカスした本資料限定コンテンツとして、建設産業従事者の「リアルな声」をご用意しました。ぜひご覧ください。

【独自調査】「技術継承に不安」9割超、若手定着と教育体制に課題
<https://build-app.jp/document/skill-transfer/>



野原グループ株式会社について

野原グループを中心とする野原グループは、「CHANGE THE GAME. クリエイティブに、面白く、建設業界をアップデートしていこう」のミッションのもと、これまで培ってきた知見をさらに磨き、未来につなげていくことで、より一層社会に貢献して参ります。

<https://nohara-inc.co.jp>



【本件に関する報道関係者からの問合せ先】

野原グループ株式会社

マーケティング部ブランドコミュニケーション課

担当：森田、高橋

E-Mail：nhrpresa@nohara-inc.co.jp