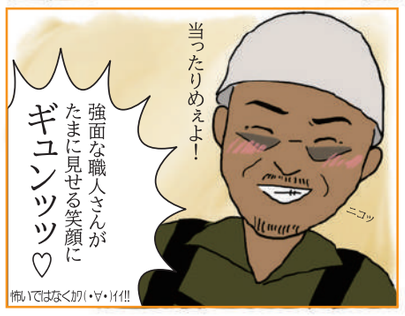
広告　この新聞は古郡建設株式会社の広告ページです。

ギャップ萌え



ファッション　着なくなった作業服をトートバッグにアップサイクル

アップサイクルとは、捨てられるはずの廃棄物に、デザインやアイデアといった新たな付加価値を持たせることで、別の新しい製品に生まれ変わらせることである。現在SDGsの機運が高まる中、様々な分野で注目を集めているが、この度、古郡建設は、スタッフが着古した作業服を回収し、トートバッグに生まれ変わらせるアップサイクルに成功した。

地域の話題　4月の献血に195名来場164名が献血協力

コロナ禍で赤十字社の献血活動が停滞する時期があり、いまだ必要血液の不足が続いている。そんな中でも献血をイベント化し、コンスタントに毎回100名を超える献血協力を行う埼玉県内の建設会社がある。

スポーツ　スウェーデン発の「プロギング」が熱い！

ジョギングしながらゴミ拾いをするスウェーデン発のフィットネス「プロギング」をご存知でしょうか？街のゴミが減り、健康にも良く、参加者同士のコミュニケーションの活性化といった、一石三鳥の活動が注目を浴びている。

古郡建設新聞

２０２３年（令和５年）
６月２１日
水曜日

広告元
FURUGORI
〒366-0026
埼玉県深谷市稲荷町２丁目10番６号
TEL048-573-3111　FAX048-572-8895
http://www.furugori.co.jp/

独占インタビュー

地場企業ならではの共感を呼ぶビジョンを

埼玉県深谷市は新一万円札の顔、近代経済の父ともいわれる渋沢栄一の出生地である。その生誕の地で事業を展開する今年で109年を迎えた古郡建設株式会社が目指す、これから先の未来とは？「200年企業を目指すにはどうしたら良いのか？」を考える中で、世の中における当社の存在価値が重要」と語る、代表取締役 古郡栄一社長に話を聞いた。

社会課題を解決する企業になるため「課題発見力を磨くことが重要」と語る古郡社長。

「消費者は、『ただモノを買う』から、社会を良くするために消費する市民へと自らを変化させました。だからこそ、企業に対しても同様に、行動の変化と、活動の拡張を求めています。今や、自らの存在理由を株主価値の最大化だと捉える企業は、消費者の期待に応えることはできません。消費者の企業への期待は、単純に良い製品やストレスのない体験を提供することではなく、社会をより良い方向に進化させることへ変化しています。最近、サステナビリティへの配慮を掲げるブランドが増えたのも、こうした期待の変化が背景にあると思います。今後、企業は、そもそも何のためにビジネスを行うのか？という根本のレベルでの見直しを迫られることになると思います。そして、社会からの要請、ニーズに対してポーズではなく、社会課題を解決することが私たちの役割、使命だと捉えなければならないと考えます。商売の基本は、不便、不満、不足、不利、不快といったお客様や社会の『不』を解決することです。そこにしっかりと向き合っていきたい」

冒頭でこう話す古郡社長は、今年度の于勝グループ経営方針発表会において、年度スローガン「課題発見力を磨く」と宣言。この背景には昨年度のスローガン「SDGsを自分事に」がグループとして達成できていなかったと感じ、見せかけになる事を危惧したからだ。

企業ブランディング・プロモーション活動や様々な社会貢献活動への意欲、埼玉県の環境大賞優秀賞受賞など、実績は地域建設業の中でも突出している同社であるが、それでもなおSDGsに対しては「まだまだ不十分」と于勝社長は語る。

昨今、建設業を取り巻く環境は日まぐるしく変化しており今後も加速していくことが予想される。課題も建設産業の魅力向上や働き方改革における生産性の向上を目的としたICTやDX、AIなどの技術革新、建築資材価格の高騰、また慢性的な人手不足など、様々だ。

「今やデジタルやテクノロジーが発達して、私たちの生活や仕事は便利に、効率的になっています。

しかしそれに浸かってしまうと人間として大事な知覚が劣化する恐れがあります。知覚はAIには真似できないものです。

AIはクリエイティブな作業が苦手であり、相手の気持ちを汲み取ることや、人の感情を理解できません。さらに言うと、『五感力』も持っていないのです。社会ニーズ、解決すべき社会課題を発見する方法で最も大切なことは、『五感能力』でAI共存時代における人間の最後の強みだと言え、『共感力』が強ければ差別化に繋がります。デジタルやテクノロジーと上手く付き合いつつ、考え抜き、知覚力を高め、他者から共感を得る事が当社の強みになると考えます」

機能や価格やサービスで差別化が図れなくなったと言われる昨今、企業としてのベクトルをどこに向けるか、大事にすることは何なのか、がひとつのカギとなる。于勝建設はそのカギをブランディングや社会貢献やSDGsなどの活動から見い出し始めている。

「当社はお陰様で109年を迎えました。これから110周年、150周年、その先の200年企業を目指すにはどうしたら良いのか、と考える中で、そこに残るためには、やはり存在価値、すなわち社会から必要とされる価値がないとダメだと思います。今はSNSで簡単につながり、シェアできることで、『個人の好きの価値・強さ』が上がっています。人が求めていることを理解し、潜在ニーズにいち早く察知することが重要で、如何に共感を生むか、が必要です。

また、人々が無意識に諦めていた願望を満たしたサービス、例えばインスタグラム、ティックトック、ユーチューブといったSNSサービスやアメブロのようなブログサービスなどが普及した理由は、人々が無意識に諦めていた『有名になりたい』という願望を満たすことができたからだと私は思います。俳優やアイドルなど、ほんの一握りの人しか成功しない厳しい世界であったが、これらのサービスが生まれたことで、本業の仕事を犠牲にすることなくスキマ時間から小さくはじめ、徐々に自分のファンを育てていくことが可能となった。そんな、人々が無意識に諦めていた願望を見つけ出し、それらの願望を同時に満たすサービスを作り出すことが出来れば、人々の心をつかみ、サービスをヒットさせることが可能になるはず。大事な事は、ステークホルダーが何を求めているのか？を徹底的に考えること。

そしてSDGsなどは、『ニーズの宝庫』だと私は思っています。多くの人が解決策を求めているテーマがたくさんあります。そこにハマるアイデアが出せれば、建設業も必ずビジネスチャンスに繋がるはずです」

一見、建設業とは関係のないSNSなどのサービスであるが、同社は積極的に取り入れ、採用面や営業面でも効果を出し始めている。流行や時代の流れを読み、自社の中身や取り組みを社外に見せることで、自社価値を向上させ、共感を生んでいるのではないだろうか。

「現代は、『答えのない』時代とも言われています。『高品質・低価格』だけが正解ではなくなってしまったためあらゆる面で試行錯誤が必要な時代となりました。また、最近、私は未来のことをよく考えますが、妄想を膨らませたりしてとっても楽しいです。答えのない時代だからこそ、私はもっと自由な発想で、楽しんだ方が良いと思っています。答えのない時代は、肩ひじ張らずに自由に思考を広げて、前向きな議論や楽しむことが何よりも重要で、挑める可能性が眠っているのは素敵な事ではないですか。よく○○族と言いますが、間違いなく私は家族です（笑）」と、悪戯っぽく笑う于勝社長を見て、同社が今後、新しい建設業のカタチを創っていく予感を感じた。

100年先を見据える

建設会社のあり方を日々チューンナップ

「年を重ねる度に1年が早く感じる」よく聞く言葉であるが、昨今、世の中の流れや技術の進歩など、急速に変化を求められることも多い。ただし、変化に対応し、自ら変えて行くにはパワーが必要だ。そんな現代、埼玉県の地場建設業として、いち早くブランディング手法を取り入れた古郡建設の今までを振り返る。

同社がブランディングプロジェクトをスタートさせたのは、2017年8月から。ロゴマークや作業服の変更など、スタートこそ順調であったが、プロジェクトに参加するスタッフが本業と兼任で行っていたため活動が停滞した。そこで古郡社長はブランディング専門部署であるデザインマネジメント部を2019年10月に設立。現在、同部署を中心にプロジェクトメンバーと共に社会貢献など様々な活動を行っている。

企業ブランディングは、企業としてのブランド価値を向上させ、競合他社との差別化を図る取り組みと言われている。また、「ブランディングは筋トレ」とも言われ、始めてすぐに体重や体脂肪の数値に変化が現れず、地道に続けた結果が数ヵ月経って初めて現れる。企業にとってブランディングはいわば無形資産と言える。ブランド価値向上に不可欠な、無形資産に対し、社内外で理解が得られなければ、共感を生むこともできない。

メンバーを入れ替えながら続くブランディングチーム

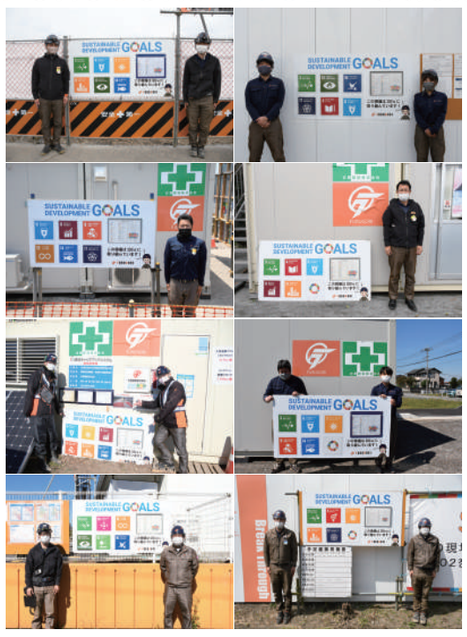
プロジェクトリーダーを務める民間営業部の木下氏は、「中小建設業が生き残る道は未知である。だからこそ尚更、自分たちがワクワクする、面白い事を事業を通じて行いたい。そして、それがお客様や取引先に共感を生み、ビジネスへと繋がり、社会課題を解決できれば理想である」と語る。

例えば同社の「プロギング」が好例だ。ブランディングチームで始めた活動が共感を呼び、社内参加者が増え、その家族が参加しはじめ、現在は他企業や一般、自治体も巻き込み、注目を集める。

広報部門を兼ねたブランディング専属部署があることにより、それを更にホームページやSNS等のメディアで発信することで、ステークホルダー（顧客だけでなく学生などにも）に響き、事業の引き合いや、採用活動に繋がっている。「私達としてのベースはあくまでも土木や建築の建設業であり、代々引き継がれてきた技術や信頼である。そこがしっかりとしているからこそ、思い切った様々なチューンナップができる。例えばSDGsや健康経営、ICT、SNS、など、パーツは沢山ある。どのパーツを組み合わせるかに必要で、それを常に考えている」と語る、デザインマネジメント部の渡辺氏。

SNSなど、一億総発信者になれる現代的手法も取り入れ、新たな建設業のカタチを同社は築く。

FURUGORI SDGs Action



古郡建設株式会社が行う SDGs の取り組み目標

私たち古郡建設株式会社は、クレド（企業の基本理念の本質）の「お客様への約束」「社員への約束」「お取引先への約束」「地域社会への約束」に基づき、国連が提唱する「SDGs」持続可能な開発目標につなげ、建設業として地域社会の課題を抽出し、それらの課題の解決と共生をしていく事業を積極的に推進します。

FRONT LINE OF EDUCATION 教育最前線

新人教育は年間計画をたてて専属部署が行うことで離職防止に効果

4月に入社し、現在は現場研修を行う3名の古郡建設の新人スタッフ。

同社の新人教育は採用担当部署が年間プログラムを計画し、その年に入社したスタッフに合わせた研修を行っている。

「新人には学生の時からの付きスロー。彼らが入社して不安なことが無いよう1年間は研修や教育も含めて、しっかりとサポートし、何でも相談できる関係性の構築を目指しています。」と話す採用担当スタッフ。社内大学制度やメンター制度と合わせ、離職率も大幅に下がるなど効果も出ている。

現場で先輩から教育を受ける新人スタッフ

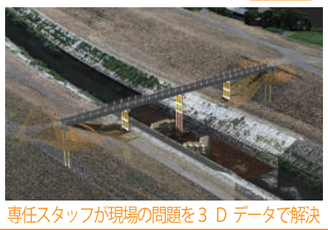
ICT 内製化着手 専任社員を配置

小林重倫土木部工事長

令和4年度より古郡建設の土木部では水面下でICTの内製化に着手していた。アイコンストラクションがスタートした当初より、専任の必要性が常に部内で議題となっていた。「人的ソース、多様なハードやソフトなど、スタート当初では決断できない側面がありました。

然しながら国交省の直轄工事の土工を中心に経験を重ねた結果、当社に必要となるものが明確となったため、内製化することを決断しました」と同社土木部の小林工事長は語る。

「国交省直轄工事で監理技術者経験のあるスタッフをICT専任で配置。土工から構造物まで3Dデータや CIMを用い、各現場の課題を解決に導いた。今後は若手にも積極的に触れさせ、測量からトータルでの完全内製化を進めたい。」と話す。



専任スタッフが現場の問題を３Ｄデータで解決

今や100人越えのイベントとなったプロギング

平均年齢約26歳 RC造の特養完成

従事した建築部の若手スタッフたち

埼玉県加須市で令和4年2月より建設を進めてきた「特別養護老人ホーム愛泉苑」が令和5年3月に完成した。

現場の織茂剛所長は36歳。その他5名の建築部スタッフ全員が20代と、若手中心で施設を無事に完成に導いた。「若手中心であることに正直不安もあった。最初こそ細かく指示を出していたが、若手自ら考え、積極的に仕事を進め、最後は頼もしい技術者になってくれた。」と目を細める織茂所長。若手の成長は同社にとって今後の財産となる。

工事概要
社会福祉法人愛の泉
特別養護老人ホーム愛泉苑老朽改築工事
工期　2022年2月1日
～2023年3月10日
RC造4階建て
延べ面積5，022平方メートル
建築面積1，527平方メートル
施工　古郡建設株式会社

建設若人　建設業界若手スポットライト!!

建設業と言うと、現場の流れなどを覚えることにスポットが当てられがちだが、受注前の工事金額を算出する「積算」も非常に重要な仕事である。古郡建設の入社2年目、土木と建築の積算課の2人に話を聞いた。

「積算をする上で現場のことを何も知らないと出来ないと思い、現場で施工管理を学びました。1年間現場で建設業について勉強させていただいて、現場の人たちの大変さ、また楽しさ面白さを知ることができました。」と語る飛田氏。飛田氏は老人ホームの現場に1年間従事したのち、積算課に配属となった。

「現場で専門用語や工事の流れなどを覚えることができたので、積算課となって、図面などの資料を見る時や、数量や金額を算出する際にイメージが沸くため、現場での経験が活きました」と話す橋氏。

高校生の時に参加した、同社の現場見学会で建設業界に興味を持ち、「仕事内容はもとより、会社の雰囲気が入社の決め手」だという、同期の2人。今後の活躍が楽しみだ。

右：民間営業部積算課（建築）飛田紗良さん
左：営業部積算課（土木）橋涼輝さん

建設業界あるある川柳

おさまりを
気になって見る
新店舗
三十代
建築部スタッフ
【解説】新くできた建物や道路など、つい仕上がりを見てしまうのは業界あるあるです。

ウマやネコ
言われて疑問
業界語
二十代
建築部スタッフ
【解説】どんな世界にも業界用語はありますが、動物に例えた用語は新人には「？」ですね。

完成後
マンホールしか
見えなくなる
四十代
土木部スタッフ
【解説】下水道などの地下の工事は日の目を見ませんが、しっかりと社会基盤を支えています。

募集
◎一建士・二建施・若干名　免許
電話連絡の上、日程調整。履歴書送付（写真付き）普通自動車免許要
明るく元気な方求む。ジム完備。古郡建設㈱
048(573)3111
担当：渡辺

募集
◎一建士・二建士・若干名　免許
電話連絡の上、日程調整。履歴書送付（写真付き）普通自動車免許要
世話好きな方求む。ジム完備。古郡建設㈱
048(573)3111
担当：渡辺

職種別 運勢 BEST 3 占

1 型枠大工
工程ピンチに午後から助っ人登場！協力して難事クリア！

2 現場監督
以前に打った布石が効果を発揮！大進展に。

3 交通誘導員
穏やかな日。通学の子供達から挨拶され元気をもらう。

建設業のリブランディング
建設業を若者の人気職種へ!!
CREATIVE LAND
協賛企業募集中
⇦ Look at this
https://creative-land.jp/
古郡建設株式会社はクリエイティブランドのプレミアムパートナー企業です。
運営会社
株式会社 CREATIVE LAB
〒135-0061
東京都江東区豊洲五丁目６番52号
NBF 豊洲キャナルフロント
TEL 03-3536-1717

中小建設業のSNS活用術
「インスタグラムを見た県外の学生が選考に進んで入社に繋がりました！」
採用担当談
Communicating the attractiveness of the construction industry

ステークホルダーのハートをキャッチ
地方建設会社のブランディング
なぜスターバックスはいつも混んでいるのか？
なぜ、iPhone が売れ続けるのか？
そこには、ブランドの持つストーリーが共感性を生み、「ファンにさせる」といった、徹底したブランディング戦略がある。
建設業でも生かせるヒントは沢山あるはず。
世間的に知名度の無い中小建設業こそ、今の時代にはブランディングが必要だ！
埼玉県の建設会社で早くからブランディング手法を取り入れた古郡建設株式会社がノウハウを伝授。
企業間交流で Let's leap ！
企業視察申し込み
視察・見学は３時間程度
１企業１回につき３名まで
¥33,000（税込）
そのほか登壇依頼も受付中！

地元庁舎を手掛けた建設会社
独占手記入手
「まれに訪れる紙入札に手が震える…」
若手官庁営業マンが語る緊張の瞬間！
「完成と認めます。」
この一言を聞いた瞬間の安堵感！
竣工工事情報入手
こちら⇩
KAN CHOU

建設工事サービスサイト
潜在客を見込み客に
建設関連ノウハウなど、民間営業部の建設工事のサービスサイトはこちらからご覧いただけます。

安全管理課長名言集
安全の言霊
「なるほど！」
若手技術者も納得。工事現場での安全に対する意識高まる言葉の数々。
無事故に不思議な無事故あり、事故に不思議な事故なし。
「事故がおきるときは、事故につながる必然的な要因がある。（不思議な点はない）その要因となることを事前に察知し、対策を取り、行動に移すことが優秀な技術者だ」と安全課長は語る。