

Kitaoka Group Head Office Building Renovation by WATARU ARCHITECTS



北岡組本社大規模改修工事

世界最大級のデザイン賞 **Dezeen Awards** 部門別 **Winner**

日本空間デザイン賞 審査員特別賞 , DFA アジアデザイン賞 Awards of Merit 賞



松久社長 × 北岡社長 対談

大成ハウジング四国株式会社 松久社長
同社を大いに語る

北岡社長

大成ハウジング四国は平成18年1月設立ということ、約19年経ちました。社長も創業社長の伊藤社長から変わってということですが、約20年経つにあたって、まずはどういう感想を持ちますか。

松久社長

会社が10年以上存続するのは極めて難しいことだと考えられます。

社長に就任して、2期目ですけれども、これまででは副社長、その前が常務でした。その間も多々いろんな問題があったことを覚えていています。扱ってきた商品が住宅です。この業界はクレームがつきものと言われていました。長きに渡って、お客様がいて、今はリフォーム事業もしております。そしてリフォームは住宅のお客様を引き継いでるわけですからお客様に安心感を与えてきて、企業として存続してきた。今までの伊藤社長の功績というか、偉大さを日々感じております。

北岡社長

営業マンのときの苦しみと、社長になってから苦しみは、どんな記憶が残っていますか。

松久社長

入ったときには、僕はリクルートみたいな会社が好きで江副さん好きだったんです。【自ら機会を創り出し、機会によって自らを変えよ!】という言葉が好きでした。

リクルートっていうのは、野に放り出された営業っていうイメージがあって、入って自分で構築していく。ハウジングに入ったときは、何もかもはたらかしだったので、最初は良かったんですけど、いざはたらかしつつというのは、絶対売らなきゃいけないっていう意識が低かったっていうのもあって、なかなか売れずに苦しんだ時期がありました。展示場も古くてお客様が入ってこなかったり、お客様を訪問しようにも行く先がなくて途方に暮れる日々があったり。それは僕ら営業マンは皆そうだったと思うんですけど、突訪もしたし、夜訪もしたし、朝訪もしたし、お客さんから『どうやって松久さん諦めてもらえるんですか』って言われることもありました。そういう最初の産みの苦しみが営業にはありました。

社長業をしてからの苦しみっていうのは、営業してるときから、手触りの感覚でこういうことをすればうまくいくのではないかと、こういう形に組織をすれば、こういう経営方針を取ればみんなが幸せになるんじゃないかっていう感覚的なものはあったんです。けれども、それが営業のときは、その感覚を実行することはできなかった。社長業になって感じていたものを、実行することができた立場になったので、自分のずっと我慢してたものを我慢しなくていいっていうので、ある面で解放されたという事があります。ただ今度それを実行に移すときに、いろんな考え方、境遇の社

員がいて、生まれてから育った友達とか学友とかも違う、もういろんな方がいます。

我々は北岡グループに属しているので、そのいろんな社員も同じ方向を走らなければなりません。北岡グループには北岡グループのCEOがおられて、CEOが考えている方向性があるって、その同じ方向を見ながら我々はその北岡グループの中核の会社として、役割を果たさなきゃいけない。

ハウジングの社員1人1人にも、その先に大きい北岡グループとしての目標がある。それを彼ら彼女らに見せなきゃいけない。いくらかでも感じさせてあげなきゃいけない。でも彼ら彼女らからしたら日々の生活、日々の営業の方が、また日々の建築の管理の方が大事なんですっていうところ、それを両立させなきゃいけないという難しさ。あとは、時代に逆行するんですけども、結構バワハラのこともしてると思うんですけど、それでもついてきてもらわなきゃいけない。

なんですかね社長業というのは。実は僕はずっと社長になったかったんですけども、一番難しいなと思うのは、利益は必ず上げなきゃいけない、会社だから、任されている以上は黒字にしなきゃいけない。その中で大きな夢を見せてあげなきゃいけない。北岡グループとしての方向性もみんな一緒に船に乗せてあげなきゃいけない。背負ってるもんがちょっと違うようになったのが、社長と営業マンの違いですか。責任を取らなきゃいけないっていうか、今、仲間（社員）にも覚悟を求めているんですけど、

覚悟を本当に求めているのかなと思いつても、バワハラの的に覚悟しろ覚悟しろって言うてるんだけど。やっぱり社長と営業の大きな差は、覚悟があるか覚悟がないか、その覚悟の重さの違いだと思いますね。

逆に社長業の一番楽しいのは、仕事がいまうってね、みんな美味いもの食べて、今までより美味しいもん。今期、みんなに美味しいもんを食べさせてるんですよ。1回しかまだ出来てないですけどちよっと寿司食べさせたりして、酒飲ませたりして、その様子を見るのは楽しいですよ。

僕らが肌で感じてこうしたらいいんじゃないかと思うけど、観念が邪魔するんですよ。でも理屈っていうか、「いやそんなん今までできてしなかったですよ」とか。「そんなこと我々の常識じゃないですよ」とか。そういう観念が邪魔してるんだけど、でも感覚的にはこっちした方がいいんじゃないかって感じることが今までずっとあって、それが社長業になると、こっちの方がいいんじゃないかっていうのを、もう無理やりやらすことができる。その感じたものを感じたままに出来ないストレスがものすごい減ったんですよ。今までは、「なんでこれ、ずばつと言わんのだろう」とか、思うところがありましたね。

北岡社長

最近よく北岡組が創立100周年までにあと15年という「100周年ロードマップ」を作ろうと、R100計画表と内訳は作っ

てます。大まかな数字なんかは局所局所で松下社長からハウジングの社員の人にも言ってるのはよく耳にもします。やはり社員の人っていうのは、個々の生活があってここの日常の業務があるのと同時に、やっぱり1年先5年先10年先も一部共有してもらわないと、組織体としての体制が整わない。でも今松久社長が言ったように、両方を理解してもらっていることは、常に日々コツコツ言い続けておかないと、非常に難しいよね。やはり古くから言われていた凡事徹底という基本的なことをコツコツやるっていうことは、もう本当に毎日毎日同じことを言い続けていかないと会社の社風・文化にはならないっていうのを、私ももう社長業を40年近くやってる中で、痛感しています。その中で大成ハウジングはまだ20年近くなんですよね。これからだと思えますけど、松久社長が社員の人を見て、どうあつてほしいし、やっぱり感謝してるどころもあるし、「まだまだ」だって思うところもあるし、ちよっとその辺のところの社員像というか、何かその辺思うところはありますか？

松久社長

伊藤相談役、前の前の社長が相談役になられて、伊藤相談役が社長の時期が長かった。一番感謝してるところは、僕らハウジングが冒險できる、僕らが夢を見られる、他の事業ができるというのは、基盤のリフォーム部としての売り上げが立つという土台を伊藤社長に作っていただいたので、

それはすごくありがたい。それと伊藤学校みたいなところがあって、社員の方がみんな素直で真面目ですね。それが良い面も悪い面もあるんですけどそれはすごく感謝しています。三つ目に感謝してるのは、伊藤相談役は質素儉約型だったので、その質素儉約が社風としても会社に染み付いています。相談役の頃からいた社員はもう質素儉約に慣れている。私が社長になって、北岡組と北岡グループと同様に福利厚生を上げていこうという理念のもとに、我々も福利厚生を上げていっています。給与も上げていっていますけれども、それが当たり前だよっていう感覚がハウジングの社員にないので、それはすごいありがたいですね。

あとわたくしから社員への要求水準としては、我々は「壮大な目標」を掲げています。そうなる組織としてカチツとしなきゃいけないって、組織としてカチツとするには、部門長が育たなきゃいけない。その部門長候補が何人かいるんですけども、拠点長だったり、建築部の部門長の候補であったり、リフォーム部は太原という人間を統括の責任者の部門長にしました。組織全体を見て、組織が目指しているところ、会社が目指しているところ、グループが目指しているところに沿った方向性を見ながらその部門を預かる人間として、太原統括に3ヶ年計画、5ヶ年計画を、作らせました。同様に部門長候補にも3ヶ年計画、5ヶ年計画を、作らせました。けれども、作っただけで作ったところから逆算していったら、この人間はこれぐらい、この部下はこれぐ

らい育てなきゃいけないとか、この人間はどれくらいになっておかなきゃいけない、ましてや部門長の自分はこれぐらいはできなきゃいけないっていうそういう大きな流れの中の視点を持てる部門長にまで僕はまだ彼らを育てられてないので、そういうところはちょっと今からだなんていうところはありません。

北岡社長

私が横から見てて松久社長が苦勞してるなどと思うところは、リフォームの営業とリフォームの現場の進め方と、松久社長の時代になってやり始めた一般の請負業あるいは入札の現場の進め方、これが似て非なるものがあるって全く違う。住宅産業の場合は、例えばパソコンですから既製品を現場で組み立てる。単価もおおよそのことは決まったレールの上で営業して決まったレールの上で現場を進める。そこにはある意味でのお客様との交渉の領域が非常に少ない。ところが、ゼネコン仕事、入札仕事になると、特に民間工事なんかは、お客様に対しての提案営業もやらなきゃいけないし、お客様の予算と図面の予算が合わないというよくあることの中で、いろいろ折衝もしなきゃいけない。言われっぱなしの営業ではもう全然話にならない。色の違うところのギャップで、相当今まで苦勞してきたように見受けましますし、今も苦勞してるように思いますが、ただ沖野さんというベテランの方が入ってきてくれて以降は、だいぶ景色も変わったように思いますけど、今言った

その住宅営業、住宅の現場の進め方、あるいはそれでない民間建築、入札の営業現場の進め方の違いのところは、松久社長はどういうふうな理解をされていますか。

松久社長

住宅系と今やってるリフォームっていうのは、パソコンファンがいて、お客様は、ある程度こっちを向かれてるお客様も多いです。それは今までの財産としてハウジングが持つてる財産です。お客様が持つてる価値感にお客様が持つてる資産としてのパソコンを最大限、お客様の人生と寄り添った形で、リフォームという仕事を通じて我々は何かを貢献しなければならぬ、ということに常に社員に言っています。これから我々が目指すリフォームの形として現在進行形でやっております。お客様の事を知ってお客様から全て情報をもらうことができるのでその情報の中で一番いいものを提案していったら、人間関係があれば受注していただける。それがあれば継続的にいけるっていうのがリフォームです。

一般の建築とか入札っていうのはまた違っています。公共の話からいくと、ここ2年苦しんだんですけれども、令和4年がハウジングは、入札が取れて、リフォームは例年の売上高であり合計すると全体の売り上げが良くていい年だったんですけども、それから2年間公共の入札が全く取れなくなって、苦しんだ時期があった。僕が社長になって1年間、分析に注力して、もうこれトンネルから抜けられないんじゃないかと



北岡眞文 株式会社北岡組 CEO
今年社長就任 39 年目を迎える

思ってたんですけれども、やっと今期取れるようになったんです。まず入札ひとつ試みても、分析であったり、調査であったり、そういうリフォームとか住宅とは違う、まず分析業務があって、入札の値決めとかがあるんです。

そして一番違うと思ったのは民間の競争です。香川県は特に建築だけで食べてる建築会社が多くて、その中で競争で民間を取っていくということになったときに、今までのリフォームとか住宅がやってたような、今から見たら緩い下請けからの見積もり徴収の仕方とか、緩い決済前の段取りとかっていうのはもう全く通用しなくて、そうしたら全く取れないっていうことに直面した。とにかく、打ち合わせを大切に、議事録を取るであつたり、そういう凡事徹底の積み重ねがないと、建築の民間とか入札とか、取れないですよ。建築ってど

この会社がしても結局同じものが建つ。ここで差別化するかかって言ったら、もう細かいところの積み上げで、その積み上げからお客様にもたらす利益とか我々の付加価値とかっていう、なんていうか、見えない霞を積み上げていく。僕らはドラスティックな差をお客様に見せることはできないので、小さい凡事徹底の積み上げが、結局のところ、差になっていったらその細かい差の積み上げ、お客様に接する際の議事録をきちっととってたり報連相をお客様にきちっとしたり、そういう細かい積み上げのところで、あと決済前の細かい調査の積み上げ、それと、「執念」ですね。もう「執念」を持って下請けと話す。「執念」を持って決済前に工事原価を切り詰めるっていう意思がないと、その意思がものすごい結果に影響するっていうのが建築だと思ってます。でも「執念」を持つてとか言ったって、「執念」

とかってというのは簡単に持てないので、もうそれはルール化して、こういうルールでやります、こういうルールでやりますっていうルールをいくつも作って、もうそれをやらしきる。そういうのが非常に大事な分野であるのが建築の民間と入札です。その部分がさっき言った、日々のお客様との細かい積み重ねの信頼関係の構築が土台になつてりリフォーム工事と、その対比の民間の建築とか入札大きく違う点です。日々の細かい積み重ねが他社との差別化の土台になり、次に決済するまでの下請け等の交渉とかそういう厳しさの部分の両面をやりきる執念が大きく問われるのが民間建築と入札です。企業と企業のせめぎ合いっていうか担当者と担当者のせめぎ合いっていうか、そういうのが非常に求められるのが、一般建築であり入札だと思っていて、そこは違うと思ってますね。



松久賢一 大成ハウジング四国代表取締役社長
2005 年 8 月入社

北岡社長

松下社長になってリフォーム部に大原統括部長を抜擢して、彼を中心に今、まとめて伸びていくこうとしている。その中で松山で新しく 1 人入ったし、高知にも 1 人入った。一般建築、そして入札の方の領域にも若手が 1 名入り女性も入ってきた。こういう質の違う 2 部門がある中で、同じ技術者同士と言えど、なかなか意思の疎通とかシナジー効果が期待しづらいところがあるんですけど、まず全員をどういうふうにするんですけど、いわゆる飲みニケーションを含めて連携をとっていくのか。あるいはどういうふうな両部門の意思の疎通を図ろうとしているのか。その辺でちょっと具体的な考えがあれば教えてください。

松久社長

やっぱり顔が見えないといけないので、全員が集まる機会を作って、飲みニケー

ションっていうのは古いですけども、そういう場面づくりは非常に大事なかなと思ってます。飲まなくても一緒に飯を食うっていうのはなるべく設定できるようにこれからしていこうと思ってますし、年に必ず 1 回とか 2 回とかするようにしてます。

他の人の動きを知ろうとか情報交換しようとか、彼らに任せても、もう頭でわかってても、日々の業務があつて、動かないのが常です。幸いなことについていうか、僕が社長になってから「朝会」っていうので、僕は毎日各部門の人間と話してますから、毎日彼らの情報がわかってるので、リフォーム部もわかつてる、建築部もわかつてるので、お互いのちょっと困ってることが僕にはわかる。そのわかることを「朝会」のときに掘り下げていって形にして、建築部の方も形にして、両方で人の交換とか、情報の共有とか、そういうことで連携してできることがあるってなつたとき、僕が判断したときは、必ず会議体を聞くようにしてます。忙しいので時間切つて、会議体開いて。その中で、僕が各部門からは聞いているので僕が司会進行して、これこれこうしたらいいんじゃないのっていうので、彼らに喋らせてっていう場の設定をするようにしてますね。そうじゃないと、なかなか厳しいものがありますね。うん。

北岡社長

北岡グループの中で、他社との今後のシナジーを私から見たらまだまだ全然、何社もある中でシナジーが少ない。大成ハウジ

ング四国とも、もっともつと北岡組、北岡建設、日本エコロジー含めてシナジーを持ってもらいたんですけどどういう考えがある？

松久社長

大成ハウジング四国と北岡組は交流があります。以前から幹部の方が大成ハウジング四国の役員として全体会議に出席してくれたり、逆に私は北岡組の主要な営業会議に参加したりと、情報の共有は充分とは言えないまでもできていると思います。でもお互いが相手の会社の動きの詳細まで理解できていないし、また、それは不可能に近いので、やはり、相手に対しての物の言い方やアドバイスに遠慮がある。情報の共有だけに終わる場合が多い感じはしています。

北岡社長

営業的な情報共有があるということは見てわかるけど、それ以外にはどんな交流が考えられますか？

松久社長

営業の交流でも、月に 1 回は北岡 CEO を入れずに営業会をやっています。北岡 CEO がいるとやはり弱気な意見が言いづらくなりよそ行きの意見になりがちですが、営業マンだけだと違う面もある。

それと、最近はやはり現場ですね。大成ハウジング四国が受注した民間工事や入札の現場で、やはり慣れていない。そこに



倒なことをどれだけ積み重ねていくかが差別化だと思ってるんで。みんなが集まってるっていうのは時間も使うし、それでもした方がいいっていうのは、僕は感覚的に思ってますね。ただ頭で邪魔しますけど(笑)。いやそれは面倒やろう!とかね。

北岡社長

松久社長の考え方というか持論は、中小企業は面倒なことこそやりなさいと、それが生きる道ですよっていうのは今の言葉に表れてますね。その通りだろうと思います。あと我々の住宅の業界とか建築のマーケットの変化っていうのはどんな感じで理解されてますか。

松久社長

北岡組の建築部長や次長が現場の進め方のイロハから関与してくれる。大成ハウジング四国の技術者にしてみれば厄介な関与と映るかもしれませんが、やはり場数が違うので参考にしなければならぬ。あとは、若手の技術者を北岡組の現場に少しの間預かってもらったりした。

北岡グループはウイングが広いので考えればもともとシンナジー効果が出る方法は面倒だけだあると思います。面倒ですけどね。でも結局僕ら中小企業が差別化するって言ったら面倒なことをどれだけやるか。日々の業務をきちんとして、人一倍働きながらも、普通の会社が非効率だとか、もう時代に合わないとか言ってるような面

基礎しか残らない。上が朽ちてしまう。長期にわたって住み継いでいける家なんて、そういう面でも市場的にも我々はチャンスがあるとみてます。だからリフォームとか中古市場っていうのはこれから伸びると思ってます。

北岡社長

それにかこつけて、大成ハウジング四国の会社としての戦略、今の中古市場に参画するっていうのも一つでしょうし、あとはどういふことを想定して松久社長はやってますか。

松久社長

パルコンの既存客が四国に4000戸弱あって、その中で、完全にリピーター化してるお客様と、そうではないお客様がいるので、そうではないお客様の開拓。それは日々、「朝会」で情報収集して、「朝会」っていうのは非常に今、会社の経営ですごい役に立ってるなっていうのがあります。1対1で話せるし、考え方が聞けるし、突っ込めるし、何が困ってるかがわかるっていうことがあるので、その中でそっぽ向いてるお客様の開拓は「朝会」を通じて、あとは大原統括が動いてですね、開拓していくと。

それプラス空き家が結構あるので、家を新しく建てて、今まで住んでいたパルコンが余ってるお客様とか、そこに今お客様の母さんが住んでるけどお母さんがちょっとご不幸があってその家が空いてしまうとか、10年後空いてしまうとか、そういう空

き家になるだろう家や現に空き家になってる住宅っていうのがあるので、それを今現代ふうに変えられないかと。パルコンというのは、外はちょっと見た目は古いですが、それでも、躯体としては、何年経っても新築と変わらないので、中を今風に変えて再販する「再販事業」。我々がリフォームして、新しいお客様を探してきて、パルコンを売ってパルコファンをまた1人ずつ作っていくっていう、「再販事業」とそれとリフォーム工事をしてる中で、その周辺にもやっぱりリフォームが必要な住宅っていうのがあるので、リフォーム工事のときにそのところにも一緒に営業をかけて、普通のパルコン以外のお客様にもリフォームをしていただくっていう、リフォーム部としては三つですね。新しい顧客っていうか、既存のお客様のそっぽ向いてるお客様の開拓とパルコン以外の構造体の住宅のリフォームとパルコンの空き家を活用した、それに手を加えて付加価値をつけて再販するっていう事業を今考えてます。

北岡社長

パルコン以外のリフォームの部分は何か戦略がありますか。

松久社長

パルコン以外はですね、正直今のところ、パルコンって躯体があって、リフォームって意外とやりやすくてですね、普通のリフォームだったら壁を剥いで見ないと何かわからんからっていうところが結構ある。

そういうのがパソコンはほばないので、そういう剥いでみないと分からないことに対して事前にお客様に何を話して、どういう話をした中でどういう概算っていうかお金の伝え方をしようというふうな商談を進めていったらいいかっていう経験がないので、なかなかパソコン以外っていうのは、難しいと思ってるんです。けれども、結局そういうところは下請けに頼ったりすればいいと思ってる、やっぱり一番大事なのは、パルコンの営業を通じてお客様に寄り添うこと。さっき言った、差別化できる点、他の会社がしないような細かいフォローであったり、そういうお客様に細かい報連相をして差し上げるとか、今こういう状況なので、こうしたらいいっていうアドバイスをして差し上げるんだけれども、そうして差し上げ方の深さと広さ。寄り添った本当にヒアリングをきちつとして、状態をきちつとプロとして見た中で、一番ベストな提案、その方の将来を見越した提案ができる提案力をしっかりと持つ。そういうのはパルコンの営業を通して「朝会」を通じて今のうちに築き上げてしまつて、そこを持った状態でそこを差別化できる状態だったら、パルコン以外もいけるかなと思つています。何か戦略というか、営業戦略的なものは正直持っていないんですよ。戦略とは違ふところで、めんどくさいことをめんどくさながらずやりきる力を持った我々の精鋭部隊が、普通の建築に乗り込んでいって我々が今まで経験してなくて技術的にちょっとできない、できないというか、劣るようなところ

は下請けさんに協力してもらつて乗り切れるんじゃないかっていう。そういう考えでいますね。

北岡社長

なるほど。最後としては、北岡組はとにかく採用が1丁目1番地ということで、採用に力を入れていくと、これは新卒採用もしかり、新卒だけじゃなくて、中途の方の採用もとにかく1丁目1番地という形でやっています。ただやっぱり人間というのは、入れただけでは話にならなくて、教育プログラムとか研修とか、セットでやっていかないと、数だけ増えても恐ろしい問題になります。中に入った人が育ってくれてそれで非常に価値が出てくるということなんです。大成ハウジング四国の場合のその採用とか教育とか、その辺はどういうふうに考えていますか。

松久社長

リフォーム部に関しては1拠点、2名体制で大原が統括として、その上に立つということで、あと2名、高松1名採用と徳島1名採用、計9名の採用で、組織体としては、完成します。あとは人間の入れ替わりで常に9名です。建築部に関しては、これから5人10人と、可能な限り増やしていく予定です。教育はですね、我々は中小と言つていいのかわる企業に近い状態です。外部から人を入れて何かの研修ついているのは、我々の社員数が30名を超えた時点、その近辺から始めようと思つてます。それ

までは、「朝会」を通じてですね、リフォームだったから、今起こっている目の前の問題に對して、どういう考えで、どう対処しようと思つてるのかそこを「朝会」で掘り下げていって、大原統括も横にいますし、アドバイザーしながら聞きながら、すること、いつまでにするかを決める。また次の「朝会」が来ますから、どうなったのかのフォローをしなげら、もうその繰り返し自体が、僕は今、教育だと思つてやっています。面とむかつて1対1のできるもので、もうそれが教育で、そこでOJTしていこうと。建築部に関してはですね、今期は2年間苦しんだ、公共入札が取れなかったのが、みんな頑張ってくれて、受注できました。今季は結構利益が見込めるので、民間とか、利益度外視と言つたらちよつと大げさですけど、結構突っ込んでわざと取つてですね。公共もギリギリの人数限界だなんついうところまで取つたんですよ。それはわざと取つたんです。技術者の方からは、やっぱり技術者と僕らの考えが違つてですね、そんなのできませんね、取つてどうするんやつて言われるんですけど。もう本当今の人数でギリギリ、もしかしらだできないかもしれない。今までわざと取るとですね。その人間で現場をしなきゃいけないので、やっぱりそのギリギリの現場管理をさせられるんですよ。そうするとその人間の本性が出てですね、も



うもう崖っぷちまで立たされるからこそその本音も出るしどれだけ頑張るかも見えるし、その中で、一緒に「朝会」とか一緒に話しながら、こうせーあーせーとかわたくしが言つて、彼の意見も聞きながら、それが教育だと思つて、ギリギリの崖っぷちまで追い込まれて追い込まれたけど工期があつて、ケツが決まつて何とかなないかと。でも人が足りんけん、どうしようみたいな感じになつて現場もありますけど、それでもそこまで追い込まれると、いろんなもんが出てくるんですよ。うちの会社の悪いところとかその人間の悪いところとかうちの組織上悪いところとか、そういうのをわざと出さして、今それを1個潰していってるんですよ。それが教育かなと思う。それしか我々、零細企業にできる教育つてないなと思つてます。今は建築に関してはギリギリの崖っぷちに立たしてやらせてますね。

今後とも頑張つてまいります。



▲アスファルト舗装 舗設状況
道路通行規制を実施後、安全に作業を行います。



▲アスファルト舗装 施工開始前 待機状況
作業前ミーティングにより確実な施工を行います。

舗装で活躍する 特定技能者と技能実習生

当社における特定技能者および技能実習生の状況についてご紹介します。

現在、スリランカ民主主義共和国から特定技能者1名、技能実習生4名を受け入れ、(令和7年12月現在) 主として舗装工事の業務に従事してもらっています。

特定技能者については、当社資材部の人材不足を補うことを主な目的として配置しており、技能実習生については、日本の技能・技術・知識を習得し、それを母国へ還元することで経済発展に寄与することを目的として、日々の業務に取り組んでいます。

直近では、徳島自動車道(高速道路)および国道11号線における舗装工事に従事しました。交通量の多い区間での施工、道路規制下での作業、作業時間に制約のある環境など、厳しい条件下での業務経験を通じて、特殊な作業環境に対応できる技術力や安全管理能力を着実に身につけています。

今後、建設業界では技能者の高齢化や人手不足が一層深刻化すると考えられます。当社では、専門性を有する特定技能者や技能実習生の受け入れを継続し、舗装工事を中心とした計画的な人員配置を進めることで、地域社会に貢献できる企業を目指しています。



▲アスファルト舗装 切削基面 清掃状況(夜間)
切削基面の清掃を行い、舗装の品質を高めています。



▲アスファルト舗装 締固め状況(夜間)
細部まで人力にて締固めを行い、品質を確保しています。

北岡組新事業開始 建設用 3D プリンター事業



▲導入された建設用 3D プリンター



▲事前研修

この度、北岡組は新事業として建設用 3D プリンターを導入いたしました。昨今、建設業界で叫ばれている省力化・省人化・工期短縮に非常に効果の高い技術です。国内初の建設用 3D プリンターメーカーの Polyuse 様のご協力のもと、弊社現場での活用にとどまらず、他社様からの依頼を受け、ご要望の物の製作も請け負います。

今回の建設用 3D プリンター導入にあたり、本社東側の倉庫を改修し、本事業の拠点を新たに設置しました（下段に全景写真）。今後はこちらで製作等を進めていく運びとなります。

また、官公庁の職員の方や学校の生徒などを招き、本施設の見学会を予定しております。

ます。まだまだ活用事例の少ない技術ですが、見学会を通じてアピールし、更なる活用を推し進めていくと同時に、こうした最新技術に興味を持つ新卒者・中途者採用にも繋げていきたいと考えております。

私自身、こうした新事業に関わらせていただき、非常にワクワクしております。事前に複数回の研修も受けており、準備は万全の状態です。徳島県初の導入となり、注目も集まることが予想されます。北岡組と例えば、土木・建築と連想されますが、ここに建設用 3D プリンターが加わるように尽力して参りたいと思います。

北岡組営業部

藤田 恭平



2025 年インターンシップ報告

今年は合計 4 名の生徒さんが来てくれました



座学では東京の現場の遠隔見学や CAD 講座を開きました。
徳島の現場との違いに驚きつつも、目を輝かせてくれていました。



現場見学では鳴門球場改修工事の現場を見て回りました。
詳しく見学出来て嬉しかったとの声をいただきました。



11月19日・20日

徳島科学技術高校

建築コースの生徒さん



座学では現場管理についての説明や、点群処理による
現場管理に関して学んでいただきました。



現場見学では完成間近の現場を見て回りました。
ICT機器やドローンの操作体験もしていただきました。



11月26日

つるぎ高校

土木コースの生徒さん

VIOR (ヴィオール) 文京関口

自社ブランドマンション第二弾

北岡組自社開発マンションの第2号棟

【VIOR文京関口】が竣工いたしました。

関口エリアには、肥後細川庭園や椿山荘など、歴史的・文化的価値の高いスポットがあります。さらに、文京区全体が教育に力を入れており、治安の良さと相まってファミリー層にとって安心できる住環境が整っています。

また、徒歩約10分で、粋な街「神楽坂」があり、美味しいグルメや粋なショッピングスポットが街を彩り、日常を少し贅沢に演出してくれることも大きな魅力です。加えて文京関口近隣には自然豊かな江戸川公園や目白台運動公園があります。桜が美しい川沿いや広い芝生で散策やジョギングを



楽しめ、都会の喧騒を忘れさせる癒しの空間が広がります。粋な街並みと自然が共存する関口エリアならではの魅力が堪能できます。

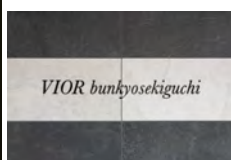
そして、VIOR文京関口の最大の魅力の一つは、駅から徒歩2分という抜群のアクセス。駅の目の前には地下にスーパーマーケットがある駅ビルがあり、その中を通り抜けるすぐVIOR文京関口です。雨の日でも快適に移動でき、利便性に優れています。時間を有効活用できる資産性の高さが魅力になっています。

VIOR千駄木同様、エントランスには藍色をあしらったタイルを使用し、VIORらしさを演出しています。



VIOR文京関口新築工事

発注者 日本エコロジー株式会社
所在地 東京都文京区関口 1-48-9
竣工日 令和 7 年 12 月 15 日
工事内容 RC造 地上 13 階建て



北岡組社員旅行

11月15日～11月16日

呉湾戦艦巡り～原爆ドーム

～厳島神社見学～宮島散策



▲原爆ドーム前で記念撮影



▲宮島での昼食



▲初日の夕食



北岡組恒例

年末大掃除 &
餅つき大会!!

社員の子供も参加し、
大盛り上がり!



北友会研修旅行

令和7年9月25日～27日

エスコンフィールド～小樽観光