

# 活かす

## 企業人

長谷工コーポレーション



人材開発部長  
藤村正弘氏

長谷工グループと聞いて、皆さんはどんなイメージを思い浮かべるでしょうか。業種としてはゼネコンに分類されますが、単に建築を請け負っただけではありません。同業他社と最も異なるのは、インシジョン事業をトータルにプロデュースしている点です。土地の情報収集から、設計、施工、販売、管理までを一手に引き受けるインシジョンモデルは他社にない大きな特徴。『いい暮らし』創る。住まいのオンリーワングループがグループのスローガンです。

1968年に第一号物件を着工して以来、今年、当社が手がけたインシジョンの建売戸数は50万戸に達しました。これは日本全体のマンションの約1割にあたりませう。首都圏に限れば、インシジョンの4戸に1戸が当社の施すです。

もちろん、単に戸数が多いだけではありません。自分の好きなインテリアや間取りを自由に選べる内装オーダーシステム「Dearable」、お客様からの連絡をコールセンターが直接お返りする「長谷工プレミアムアフターサービス」、大規模修繕工事を円滑に進めるための様々な工法——。インシジョンの作り手だからこそ果たせる役割に、他に先駆けて着々と取り組んできた歴史がありま

### 「適材適所」から「適材育成」へ

そうした地道な積み重ねが未曾有の大災害の際に活(い)きました。飲料水を生成し供給するシステム「WELL UP」が停電で断水の続いた千葉県浦安市のマンションで活躍。非常時用のマンホールトイレとベンチ兼用の炊き出しかまどと合わせた「防災3点セット」の標準装備に取り組んできた結果です。

そんな長谷工グループが求める人材像は大きく3つあります。まずは「挑戦心が高い人材」です。早くから大きな仕事を与えますので、高い目標や、経験したことがないことに取り組む前向きな姿勢が不可欠です。

次に「運(なぐま)しい人材」。激変する時代に適応することができ、自分の軸を持ってふれない判断ができる精神的な強さが求められます。

最後は「地頭が良い人材」です。様々な状況で、現場の雰囲気や感覚にぐみ取る感性を持ち、課題解決に自分で工夫し知恵を出せる人材です。

そうした人材の育成に向け、「ストレッチス5」と呼ぶ教育カリキュラムを用意しています。入社からの5年間で一人前になるよう、資格取得や営業、設計、施工、管理部門など職種ごとに実務知識を徹底的に身に付けます。

また、新入社員をサポートする「Boss(ブーキューブ)制度」と名づけた仕組みもあります。同じ職場の入社5年前後の先輩が通常業務の中で職場のルールやマナーを学ぶ面倒を見ます。それとは別に「ネクスター」という遠く部署の人

社10年前後の先輩が、45人の新入社員について仕事を教えて様々なフォローをします。

同じ職場では言えないこと、聞けないことを相談し、同期の中で自分の位置づけや他の同期のがたはわりなどを知ることで、切磋琢磨(せつさく)させる仕組みです。これは指導する10年生徒員にこそ、自分以外の部署のことも知るきっかけになり、得意(とく)とが多い体験になっていきます。

長谷工グループの教育方針の1つに「適材育成」という考え方があります。人材を単に採用やローテーションによって配属する「適材適所」ではなく、社員一人ひとりを活かすから適材として育て、活かしていく、という思いからです。

並行して、毎年何をやりたいのかが自己申告する仕組みを整えています。それに加え、今春から10年に一度の節目に、上司と部下が話し合っって力量を把握し、その後のキャリアについて考える「CAP・10」という制度も導入しました。社員一人ひとりがキャリアプランを策定し、必要なる力量を自ら身に付け、自ら発掘し、持続的に成長していくことが目的です。

同僚者とペアロボットの双方を顧客に持ち、ハードとソフトの両面からリーディングカンパニーとして、人々の暮らしに直結するインシジョンへむけて絶えず取り組む。それはやりがいのある仕事だと確信しています。

(聞き手は特別企画委員 川崎 誠)

### 広告

企画・制作  
日本経済新聞社クロスメディア営業局

持続的に成長していくことで、新しい付加価値の創造につなげられる人材に

インタビュー