

トップメッセージ

中期経営計画2年目の飛躍で
グループの進化を加速する

(株)長谷工コーポレーション
代表取締役社長
熊野 聡

熊野 聡



1. はじめに

昨年4月に社長に就任して、1年が経過しました。

同時にスタートした中期経営計画「HASEKO Evolution Plan」も、1年間の活動の結果が出ました。先日の決算発表では、久々に「通信簿」を貰った心境でしたが、計画初年度は「まずまずの滑り出し」と感じています。ただし、先行きを考えるとますます身の引き締まる思いです。

2025年度の長谷工グループの連結業績は、売上高は前期比8.1%増の1兆2,731億円となり過去最高を更新し、連結経常利益は当初想定を上回る941億円となりました。

中期経営計画2年目となる2026年度も、引き続き増収増益を計画しています。連結経常利益は1,050億円を見込んでおり、ROEは11.3%まで改善する予定です。

また、2025年度の1株当たりの年間配当金は、期初の予定から5円増額の95円としました。2026年度はさらに5円増額し、100円の予定としています。その結果、配当性向は40.1%となる見込みです。

ここから、経営計画1年目の振り返りと将来への課題、資本効率、市場環境認識と長谷工グループの強み、サステナビリティへの取り組みなどを総括していきます。

2. 中期経営計画初年度の
振り返りと課題

今回の中期経営計画から、長谷工グループのセグメント分けを従来と変更し、3つのセグメント(建設関連事業、不動産関連事業、管理運営事業)プラス1(海外事業)としました。セグメント別に2025年度を振り返ると、今後の課題は次のとおりと捉えています。

まず、建設関連事業については、主力の分譲マンション工事受注において「量と質の確保」、すなわち「受注ボリュームと工事利益率の改善」が進みました。数年前から営業・設計・建設の各部門が一体となって取り組んできた成果が、工事出来高とともに現れてきたと感じています。分譲マンション市場は成長分野とはいえ難いですが、シェアの拡大を図り、今後も引き続き「量と質の確保」に取り組んでいきます。

一方で足元では、中東情勢に起因する資材の調達難と高騰、以前から続く人手不足、またそれらによる建築費高騰に伴う分譲マンション価格の高止まりや販売不調、需要減退による着工見合わせなどといった懸念事項があります。それら一つひとつに創意工夫を持って対応し、2026年度以降も予定通りの収益を確保できるよう努力してまいります。

その一環として2025年10月、茨城県かすみがうら市に最新鋭のPCa[※]床板製造設備ラインを導入した自社工場(自社PCa工場)が本格稼働しました。これに代表されるように、工業化やDXの活用による次世代生産システムの構築や、顧客目線のリーズナブルな商品企画で逆境を打破していきます。

その他の分野では、中期経営計画の課題である「施工領域の拡大」において、数年前から注力してきたタワーマンションの施工工事や賃貸マンション工事に引き続き、建替・再開発の工事、寮・社宅の工事のボリュームが増えてきました。また非住宅工事についても、データセンターや冷凍冷蔵倉庫、直近では音楽大学付属高校の設計施工などの社会インフラとして需要が拡大する領域で、着実に収益へ結びつけていきたいと思っています。

また、戸建事業では、2025年にグループ入りした東海圏の「ウッドフレンズ」、2020年にM&Aを実施した首都圏の「細田工務店」と、デベロッパーである「長谷工ホーム」を2026年4月に事業再編し、「長谷工ホームホールディングス」を設立しました。戸建事業以外にも分譲マンションの共用部工事、木造賃貸レジデンス工事など、木

※PCa(プレキャストコンクリート):建物の構造物や部材などを専門工場であらかじめ製造、現場に搬送し組み立てる工法。



トップメッセージ

造ゼネコン機能の拡大に向けた基盤構築が進みました。引き続きスピード感を持って拡充し、各エリアにおいて収益力の向上につなげたいと思います。

さらにリフォーム事業の分野でも、集合住宅の大規模修繕工事から、住宅に親和性のあるリフォーム工事や他の工事領域へと拡大していきます。

次に不動産関連事業についてですが、特にデベロッパー事業は順調で、2025年度の長谷工グループの業績をけん引しました。分譲マンション事業においては、数年前からの努力の結果、国内各地における先行投資の状況から、コンスタントに利益を上げていける状況となりました。また昨年、賃貸レジデンスを中心とした流動化事業についても「長谷工総合開発」として機能分社し、一定の成果を収めています。富裕層ビジネスを含め、この分野はしっかり成長していますが、今後の景気の動向に注視してリスクを十分に踏まえたうえで、適切な経営判断を行っていきます。

そのほか、不動産仲介事業も利益を伸ばしていますが、まだまだ成長余地があると考えています。

管理運営事業については、分譲管理事業と賃貸管理事業は堅調に推移しています。ストックが生み出すコンスタントな収益基盤のもと、新たな収益源の創出と、以前から取り組んでいるDXを駆使したさらなる成長に期待しています。

シニア事業は、取り組んできたDX化が奏功し、労働生産性改善とサービス品質の両立に成功しました。今後の高齢化向け住宅ニーズの高まりに対応した事業展開を進めていきたいと考えています。



最後に、海外事業については、世界各地のエリアごとに戦略を立てています。米国本土では数年前から投資に注力してきましたが、ようやく2027年度からその果実が目に見える形になろうかと期待しています。

また、2026年4月、米国テキサス州ダラスを拠点とするTrinsic Residential Groupに出資を行いました。北米エリアにおいては、投資によるマーケティングの段階から、本格的な事業へのステップアップを意識しています。

ハワイエリアにおいては、過去から投資してきた案件の回収段階にあります。一段とスピードアップさせたいと思っています。そのほかのエリアでも、英国、豪州、そして以前から進出しているベトナムにおいても、長谷工グループの強みを活かせる事業を模索していきます。

さらに、新規事業への挑戦を進めるべく、2025年、社内の新規事業のアワード制度である「SPARK Project」を開始しました。「住まい」と「暮らし」に関わる新規事業を、大小及び完成度を問わずに募集した結果、初年度の応募総数は331件となりました。最終審査の結果、2件の新規事業と4件の新規商品・新規サービスが採択されました。2026年4月から具体的に推進部署を設置し、軌道に乗せていくための取組みを開始しています。

また、マンションづくりを通じて蓄積される「住まいデータ」とお客様の「暮らしデータ」をグループ横断で統合・活用し、未来の住まいと新たなサービスの創出を加速させていきます。さらに、2026年4月に「グループカスタマー戦略部」を発足しました。お客様視点で長谷工グループとの接点及び提供価値を再構築し、より多くの方に長谷工のファンとなっていただくことを目指していきます。

今後も、グループ全体で「自分たちの未来は自分たちで切り拓く」という精神を醸成していきたいと考えています。

3. 経営資源(ヒト・モノ・カネ・情報)の生産性向上

長谷工グループは、1990年代後半に始まる倒産の危機に直面しました。バブルが崩壊して資産が目減りし、一気に債務超過に陥りました。一夜にして資本を取り崩し、金融機関による債務免除で辛うじて生き残ったわけですが、この教訓を後世に語り継いでいくことは私の役目でもあると思っています。

また、そのような厳しい状況にも関わらず、グループ役員が一丸となって、現在の会社の状況までになったことも紛れもない事実です。あわせて、この精神もつないでいかなければいけないと思っています。

私は、「Evolution (進化)」は「継承」×「変革」だと考えており、こうした「継承」も大切にしていきたいです。

また、先人たちの大変な努力でようやく積み上がった資本を、いかに有効に使って成長し続けていくか？そして、現在のグループの皆が努力した結果の利益をいかに成長戦略投資・従業員還元・株主還元・社会還元・活動経費などにバランス良く配分するか？を考えるのは私の責務だと自覚しています。

他方で、2年前に「グループ不動産残高確認会議」をグループ横断でスタートしました。これにより、以前にもまして不動産の回転率、IRRなどへの意識が向上したと感じています。

また、資産回転率や一人当たりの生産性などのKPIも浸透し始めて来ました。今後は、事業ごとのROIなども参考にして、効率良い資金投資・人員配置を心がけていきます。

4. 市場環境認識と長谷工グループの強み

中期経営計画初年度の振り返りでも述べましたが、足元の市場環境は決して楽観できるものではありません。また中長期的には、国内では人口減少と少子高齢化が進む中で、住宅についても量的には既に充足しつつあるとみえています。

しかし、「住まい」と「暮らし」は人間にとっては必要不可欠なもので、決してなくなるものではありません。引き続き「環境に配慮した、安全で安心な「住まい」と豊かで快適な「暮らし」を国内外に提供し続ける。」という長谷工グループのありたい姿を追求していきたいと考えています。

前述した1990年代後半に始まる倒産の危機をグループ一丸となって乗り越えてきた経験は「逆境の時こそ長谷工グループは真価を発揮する」という良い体質となって現れています。リーマンショックによって取引先が次々となくなった際にも営業部隊が柔軟に対応し、結果として営業力がついたということもありました。



私は、「長谷工DNA」とは、まず動く「行動力」、自ら高い目標を掲げその目標を達成する「目標達成力」、人まねはせず自分たち自身で考える「工夫力」、グループが一致して事にあたる「団結力」だと言っています。

その「工夫力」についてもう少し説明を加えると、我々は「不動産に立脚した建設業」という独自のビジネスモデルで発展してきました。どの業界にも手本となる前例がなく、自分たちで工夫して発展していくしかない。社員には常々「自分たちの会社は自分たちで良くしていく」「自分たちの未来は自分たちで切り拓く」と説いています。

独自のビジネスモデルは、独自で進化させていかなければなりません。長谷工グループの強みである「土地情報収集力」「四位一体の生産力」「グループ総合力」(➡P15)をさらに強化すべく磨きをかけていきます。

さらに、2025年4月、新ブランドメッセージ「思いを、はせる。」を策定しました。当社の商品を購入された方、住まわれている方、取引先、株主、協力会社、地域や社会、働く仲間、先輩方そして未来世代にまで思いを巡らせ、行動するという決意を込めています。そしてステークホルダーの皆様は「長谷工で良かった」と言っていただけようグループ全役職員で努力を続けていきます。

5. サステナビリティ経営で企業価値向上へ

この1年間のステークホルダーの皆様との対話を通じて、企業に求められるのは単に「利益」だけでなく、「長期の信頼とレジリエンス」だと感じました。サステナビリティ経営は企業価値の根幹であると認識しています。そのため

トップメッセージ



にはESGを強く意識して企業価値向上に努めます。

環境面では、長谷工グループ気候変動対応方針「HASEKO ZERO-Emission」を軸に、2050年カーボンニュートラルへの道筋を具体化し、環境配慮型の技術開発や商品開発を推進しています。

昨年度、長谷工グループは「木」に対する取り組みを本格的に前進させました。「木」はCO₂を吸収して環境に貢献するだけでなく、温もりや香り、調湿性といった人に寄り添う特性を持ち、暮らしにやすらぎと豊かさをもたらします。こうした木の魅力を都市空間へ適切に活かし、環境と人の調和した住まいを提供していきたいと考えています。

新たにグループ入りした「ウッドフレンズグループ」は、東海圏に製材及び建材工場を所有しています。また、新潟県に内装材を加工する「長谷工ファニテック」という会社もあります。加えて国産スギを活用した新木質建材「HSウッド」の製造に向けた自社工場建設を奈良県五條市でスタートし、2028年4月の稼働を目指しています。

また、林業事業者との協業を開始し、自社で山林を持ち、そこで育てた「木」を事業として活かす循環モデルの構築も着手しています。森を守り育て、その恵みを持続可能な形で社会に還元する取り組みは、単なるビジネスを超え、未来の環境を担う企業としての責任を果たすもの

と考えます。

他方で、社会課題となりつつある「放置竹林」などから発生した竹材を破碎し、「竹チップ」として建設杭汚泥の固化に利用する取り組みも開始しました。関東では千葉県成田市、関西では大阪府岸和田市に自社工場の設立を進めています。また、そこから派生して、農業用肥料として有効であろう「竹パウダー」の活用とともに新規ビジネスを模索します。

さらに昨年度、農林水産省と「住まいの木造木質化における建築物木材利用促進協定」を締結し、官民連携による推進体制が本格的に整いつつあり、今後とも注力していきます。

社会面では、人的資本への投資と生産性向上を両立させる取り組みを進めるとともに、継続して多様な人材が活躍できる環境を整えていきます。加えて、新たな時代を切り拓いていく人材育成と次世代の経営者養成、サクセッションプランの取り組みも進化をさせていきたいと思っています。

装置産業中心ではない長谷工グループの企業価値の源泉は「人」です。私は、人材の活性化、すなわち、「人」への投資こそが持続的な企業価値向上の鍵であると考えています。

2025年度から、グループ各拠点で社員とのフラット

な意見交換をする「タウンホールミーティング」を実施しました。加えて各建築作業所や販売センター、流通仲介店舗、シニア拠点など、各現場への激励訪問も定期的に行っています。

現場に足を運ぶことで、トップとしての思いを直接的に伝えるだけでなく、社員の生の声に直接耳を傾ける機会を大事にしたいと思っています。

ガバナンス面では、取締役会の実効性向上への取り組みを継続していきます。また、「長谷工リフォーム」への公正取引委員会の立ち入りをきっかけに、グループ全体のガバナンスについても見直しを図っていきます。2026年度には社外取締役と社外監査役に新たな役員を迎えますので、より一層透明性の高い意思決定と説明責任を徹底し、リスクマネジメントを実効性ある形で運用していきます。

「長谷工リフォーム」は、現在独占禁止法違反の疑いにより公正取引委員会の立ち入り検査を受けております。ステークホルダーの皆様にご心配をおかけしましたことを深くお詫び申し上げます。今後は、グループ全体のコンプライアンス遵守意識の醸成及びガバナンス強化について実効性のある取り組みを進めてまいります。

さらに、役員報酬決定の評価指標に、ESGなどの非財

務指標や資本効率に関する指標を導入し、中長期の業績連動報酬である株式報酬の算定に反映することとしました。役員幹部が先頭に立ち、ESGを意識した経営にあたります。

6. 終わりに

長谷工グループは、2027年2月に創業90周年を迎えます。私は、9代目の社長にあたります。

こういったグループの節目にあたり、創業者、歴代の経営者、会社の辿ってきた歴史を改めて振り返ると、私たちはいつの時代も、社会のニーズに応えながら、「住まい」と「暮らし」を提供し続けてきました。

現代は、時代の変化のスピードが速く、現状維持は相対的退歩だと言われます。「都市と人間の最適な生活環境を創造し、社会に貢献する。」の企業理念を胸に、筋肉質で持続力のある組織で、企業価値向上を追い求めていきます。

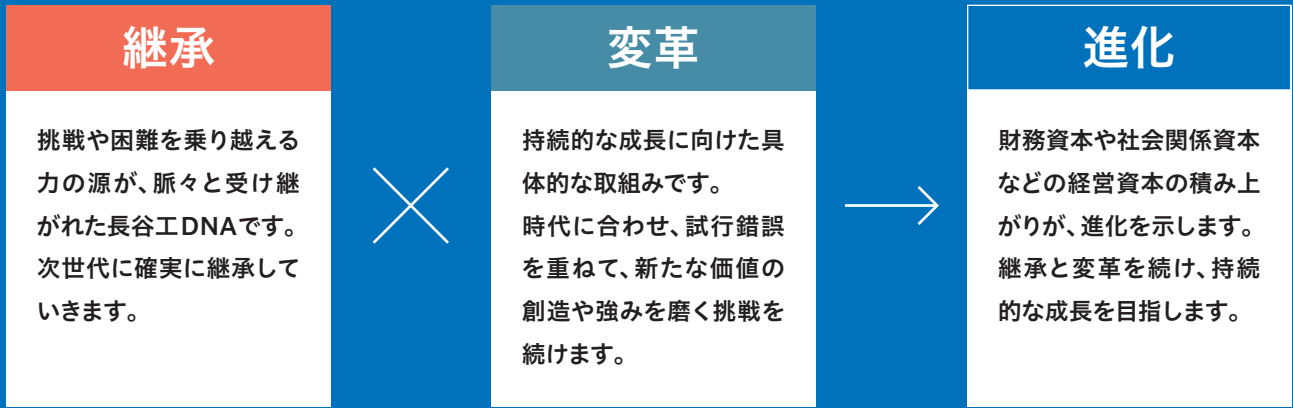
今後とも変わらぬご支援を賜りますようお願い申し上げます。



進化

取組み施策

「進化」から名づけた中期経営計画「HASEKO Evolution Plan」では、これまで培ってきた強みを「継承」しながら「変革」を遂げることで、企業価値のさらなる向上を目指します。ここでは「進化」に向けた具体的な取組みや実績と、社員の真摯な思いをご紹介します。



TOPICS

- 進化1

目標達成力
財務資本

利益成長と資本効率の向上
2025年4月～
中期経営計画「HASEKO Evolution Plan」スタート

P10 >
- 進化2

工夫力
ものづくり資本

生産性の向上とサプライチェーンの強化
2025年10月～
持続的な生産体制の確立に向けて自社PCa工場本格稼働

P11 >
- 進化3

行動力
人的資本

イノベーション文化の醸成
2025年7月～
社内アイデア応募プログラム「SPARK Project」スタート

P12 >
- 進化4

行動力
社会関係資本

DXによる新しい体験の開拓
2025年4月～
最先端技術体験「長谷工デジタルテクノロジーラボ」オープン

P13 >
- 進化5

団結力
社会関係資本

新ブランドメッセージと情報発信の拡充
2025年4月～
新ブランドメッセージ「思いを、はせる。」スタート

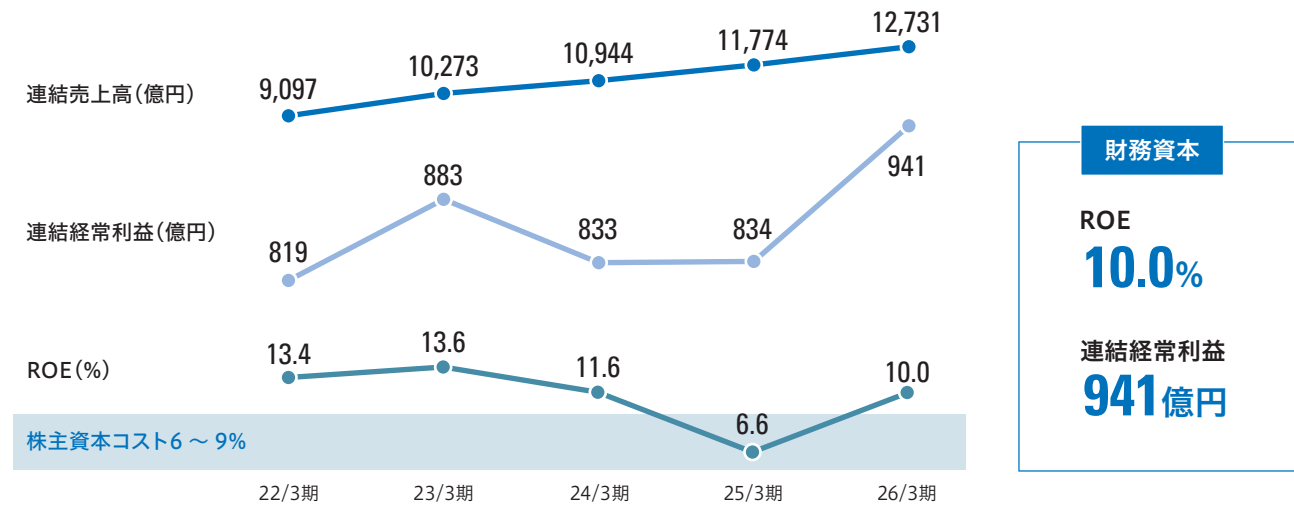
P14 >

進化1

利益成長と資本効率の向上

2025年4月～中期経営計画「HASEKO Evolution Plan」スタート

中期経営計画の初年度となる2025年度は、各戦略の遂行に取組み、利益と資本効率がともに向上しました。地政学リスクなど事業環境の変化には引き続き注視が必要ですが、2026年度も良好な受注環境を背景に、工事利益率の改善を見込んでいます。また、ROE向上に向けて自己株式を取得するなど、資本効率を意識した経営を推進しています。



利益改善と資本効率向上のポイント

中期経営計画では、5つの事業戦略の遂行に着手し、主要3事業(建設関連、不動産関連、管理運営)はいずれも堅調に成長しました。中核の建設関連事業では、過去最高の受注高を達成するとともに、工事利益率が回復し、利益の成長をけん引しました。また、資本効率の向上及び株主還元の拡充を図るため、自己株式200億円の取得と、増配を実施しました。利益成長を伴いながら、期末ROEは10.0%へ改善しました。

今後の課題

環境の変化に適応した事業推進を通じて、利益成長と資本効率の向上に引き続き取り組みます。また、資本コストを意識した事業投資に加え、中長期の事業成長に向けた投資と株主還元のバランスを意識した資金配分により、2031年3月期のROE目標水準13%程度の達成を目指します。

「目標達成力」のDNA

当社の営業において大切なのは、「行動すること」と「仕事を創出すること」だと感じています。そうした先輩の姿に学びながら、私自身も常に考えながら動き、迅速に意思決定することを心がけてきました。厳しい環境下でも自ら工夫し、スピード感を持って取り組むことで成果につなげています。

また、当社には主体的に案件を創出し、会社の利益に貢献している社員が多くいます。私自身も、「どうすれば新たな仕事を生み出せるか」を常に問い続けながら、日々の業務に取り組んでいます。

長谷工
コーポレーション
営業部門
第二事業部



進化 2 生産性の向上とサプライチェーンの強化

2025年10月～持続的な生産体制の確立に向けて自社PCa工場本格稼働

『かすみがうらPCaセンター』の本格稼働は、持続的な生産体制の構築において重要な意味を持ちます。自社工場によるプレキャストコンクリート(PCa)部材の安定供給により、工業化工法の推進とサプライチェーンの強化を支えます。施工現場の省人化・省力化を実現し、今後も、高品質な住戸の安定供給と施工効率の向上に寄与していきます。



ものづくり資本

生産性向上データ
内床PCa部材供給比率
約**60%**

生産性の向上とサプライチェーンの強化のポイント

生産性向上と品質安定化に向け、PCa化やユニット化などの工業化工法を推進しています。自社工場内で内床PCa生産を開始することにより、安定供給とコストを踏まえた調達の最適化を図るとともに、サプライチェーンを強化しました。

長谷工だからできるBIMデータと連携した生産により、自動化や部材開発などを進め、さらに、特徴である設計施工の強みを活かし、生産性向上につながる設計提案にも取り組んでいます。

「工夫力」のDNA

自社PCa工場の立上げは、前例のない挑戦の連続でした。

現場で働く仲間の負担を軽減し、お客様に確かな品質を届けたいという思いを原動力に、工夫を重ねて本格稼働の実現に至りました。

稼働前は、企画から施工支援、システム整備、稼働準備に至るまで、部門を越えたメンバーが一丸となって現場と向き合い、試行錯誤を重ねながら、一つひとつ課題を乗り越えてきました。

今後も、この思いを大切にしながら工夫を積み重ね、安定稼働の維持と、さらなる効率化やDX活用による品質管理の高度化に挑み続けていきます。

長谷工
インダストリーズ
生産計画室



今後の課題

生産工程のボトルネック解消や人員配置の見直し、データ活用基盤の整備を通じて、継続的な生産性向上を推進します。

今後も、PCa化部材の拡大や、ユニット化の推進、及び安定調達先の確保などにより、持続的な生産体制の構築に引き続き取り組んでいきます。

進化 3 イノベーション文化の醸成

2025年7月～社内アイデア応募プログラム「SPARK Project」スタート

組織の内側から変化の兆しを引き出し、優れた提案には実証の場を提供するとともに、可能性のあるアイデアは段階的に検証・発展へと進め、事業化につなげていきます。毎年開催を重ねることで、挑戦を後押しする風土を育み、継続的なイノベーション文化の醸成と定着を目指します。



人的資本

応募総数
331件
採用アイデア数
6件

イノベーション文化の醸成のポイント

中期経営計画「HASEKO Evolution Plan」における「新規事業創出に向けた土壌づくり」の取組みとして、新規事業・新商品アイデアの公募プログラム「SPARK Project」を開始しました。

現場の課題など多様な視点を起点に、新規事業に挑戦できる環境を整え、失敗を恐れず挑戦するイノベーション文化の醸成を目指しています。さらに、このプログラムを通じて、収益源の多角化や本業の強化につながる土台づくりも企図しています。

「行動力」のDNA

「SPARK Project」運営事務局では、新制度を立ち上げるだけでなく、より多くの社員の参加を促すため、前例や慣習にとらわれない新たな施策に積極的に挑戦しました。応募への心理的ハードルを下げるための外部講師によるセミナーや、プレゼン審査会の様子を社内ポータルで動画配信するなど、オープンかつタイムリーな情報発信を推進。その結果多くの社員の挑戦意欲を喚起し、300件を超える応募が集まり、大きな反響と手応えを得ることができました。

長谷エアナシス
価値創生部門
事業企画推進部



今後の課題

初年度は想定を超える応募があり、社員の高い挑戦意欲が感じられました。今後は、この熱量を維持しながら、組織文化として定着させていくことが重要です。また、社員の挑戦意欲を継続的に引き出すためには全社的な支援体制の充実と、選出されたアイデアを事業化につなげるプロセスの確立が課題と考えています。

進化 4 DXによる新しい体験の開拓

2025年4月～最先端技術体験「長谷工デジタルテクノロジーラボ」オープン

マンションの未来体験スペース「長谷工デジタルテクノロジーラボ」をオープンしました。今後、この施設において長谷工版BIMをベースとした最先端のデジタル技術を活用し、リアルとバーチャルを融合した新たなマンション販売・商品展示・設計・生産手法を創造・発信していきます。



超高解像度LED画面

計画中の建物のBIMモデルを等身大で表示し、実際にその場にいるかのような高い没入感を提供



AR/MR技術

モデルルームのリアルな空間に、AR/MR技術によるバーチャル映像を重ね、設備の情報や間取りの変更などを視覚的に提案



バーチャルリアリティ

最新型ヘッドマウントディスプレイを通じて仮想住宅をリアルに体感。モデルルームの立地や広さ、部屋タイプなどの空間的な制約を超え、多彩な提案を実現

今後の課題

2020年から本格運用してきた長谷工版BIMにより蓄積された膨大な3Dデータを、設計・施工に加え、販売や維持管理まで幅広く活用し、マンション事業におけるさらなる価値創造を目指すとともに、グループの収益につなげていくことが今後の課題です。

「行動力」のDNA

タイトなスケジュールの中、実物に迫る高精細なバーチャル顧客体験の実現と、その体験シーケンスを最大限に活かす建築デザインを同時に進める必要がありました。

そこで「行動力」を発揮し、多岐にわたる関係会社をスピーディに集約。人の心を動かす体験の実現には、最先端技術に加え、それを効果的に伝えるソフトやデザインが不可欠であるため、ラボの各ゾーンに最適なエキスパートをアサインしました。その結果、同時並行で進行しながら細部にまでこだわって、プロジェクトをまとめ上げることができました。

長谷工
コーポレーション
エンジニアリング
事業部
DX推進室
技術推進部門
デジタルテクノロジー・
ラボ(兼務)



進化 5 新ブランドメッセージと情報発信の拡充

2025年4月～新ブランドメッセージ「思いを、はせる。」スタート

「人の暮らしや笑顔、幸せに、長谷工グループの仕事がどれだけ関係しているのか」を、お客様、社会、社員に伝えていきます。また、投資家をはじめとしたステークホルダーに向けた企業情報の発信も拡充しています。



新ブランドメッセージを創出した意図・ポイント

ブランドメッセージ「思いを、はせる。」は、新中期経営計画の始動にあわせ、リブランディングの中核として策定しました。当社の事業内容や価値が十分に伝わっていないという課題を踏まえ、社員一人ひとりの仕事に向き合う姿勢や、お客様の暮らし・未来に寄り添う思いを言語化したものです。これまで培ってきたDNAを継承しながら、進化を続ける当社の方向性を端的に表現しています。

今後の課題

今後の課題は、ブランドメッセージを一過性の発信にとどめず、社内外へ着実に浸透させることです。社員一人ひとりの行動や価値提供に結びつけることで、実効性を高めるとともに、多様なコミュニケーションを通じて、当社の姿勢や価値を継続的かつ具体的に伝えていく必要があると考えています。

「団結力」のDNA

ブランドメッセージ「思いを、はせる。」の検討にあたり実施した社内ワークショップで、「人のつながり」や「団結力」、「仕事への情熱」こそが当社のDNAであると再認識しました。社内外の良好な関係性を大切にするこの価値を言語化できたからこそ、社員一人ひとりに自分事として捉えてもらうとともに、一人でも多くの方に「長谷工で良かった」と感じていただけるよう、日々の業務やコミュニケーションの中で実感できる施策に今後も取り組んでいきます。

長谷工
コーポレーション
経営管理部門
コーポレート
コミュニケーション部

