



【共和コンクリート工業(株) 会社概要】

- ・設立—1955年5月12日
- ・所在地—札幌市北区北8条西3丁目28番地 (札幌エルプラザ)
- 【東京本社】豊島区南大塚3-10-10(オーク南大塚ビル)
- ・資本金—3億円
- ・売上高—471億円(2015年5月度)
440億円(2016年5月度)
- ・事業内容—土木用コンクリート製品の企画開発及び製造販売
- ・正社員数—460名(2016.4.1現在)
- ・事業所数—本社他、全国に15支店、26営業所、29工場
- ・グループ—33社

今回の会員企業トップインタビューは、土木用コンクリート製品の企画開発及び製造販売会社・共和コンクリート工業株式会社 本間社長に伺いました。同社は、設立から62年を経て、全国各地に事業所を有し、着実に業績を伸ばしています。自然災害の多いわが国の公共事業への関わりを通じて信頼を獲得し、安全・安心な社会の発展に貢献しています。

Q. 御社の沿革をお聞かせください。

A. 昭和30年、祖父(創業者)が発明した凸型コンクリートブロックの製造販売を目的に設立されました。同34年には東京営業所を開設。以来、直営事業所・代理店を全国各地に設置し、30年代後半には九州に進出し現在に至る販売網の原型が整備されました。

同38年には開発部門強化のため技術研究所を設置。50年代に入ると機械施工による省力化、工期短縮を図る大型製品を開発し企業は急激な成長を遂げました。

昭和59年には、取締役社長に工藤榮が就任。多自然に関する重層的な技術を活かして人と自然の調和をめざしたトータルな環境創造を推進し、バブル経済崩壊後も順調に業績を伸ばしてきました。

平成6年には、取締役社長に本間丈士が就任。衆知を集め、行動する集団をめざし「Study & Talk 素直に勉強し対話をしよう」のスローガンのもと、素材や枠組みにとらわれないことのない学習する行動集団を目指しています。

Q. 昭和38年に開発部門強化のため技術研究所を設置されました。どのような研究・開発をされたのでしょうか。

A. 技術開発型企業として創業していますので、技術開発重視の姿勢が具体的な形になったのが技術研究所の設置だと思います。当時、日本では、水分の少ないパサパサのコンクリートの超固練りコンクリートの研究開発がおこなわれていました。わが社においても事業化(製品化)に向けた技術研究をし、その結果を学会で発表していたという経過もあります。

Q. 経営理念・経営ビジョンをお聞かせください。

A. もともと知的財産権のある製品からスタートしていますので、設立以来、研究開発・技術開発を重視する姿勢を守ってきました。今もその姿勢で、お客様のニーズに研究開発・技術開発を通してお応えするというを大切にしています。

Q. 平成28年に新スローガン「挑戦(challenge)、創造(create)、行動(action)」を掲げられましたが、その思いをお聞かせください。

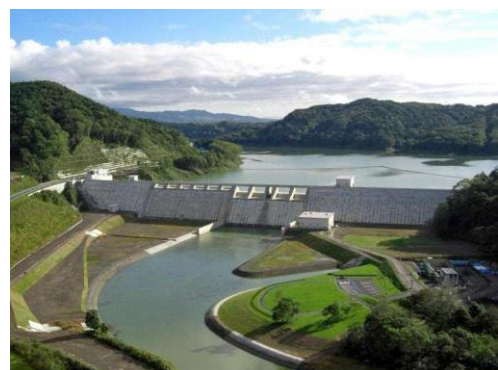
A. 新スローガンは、社内公募という方法で実施し、女性社員からの応募作品が選ばれました。社員自らがこのような会社になりたいと望んでいることがスローガンになったということですから、私の立場としては、それに応える経営をして、社員が期待する会社にするということが大切だと思います。

Q. シンボルマークの由来をお聞かせください。

A. 凸型コンクリートブロックの形を象ったもので、徽章(バッジ)としても活用しています。

Q. 貴社事業における重点施策、経営課題をお聞かせください。

A. 当社は北海道で設立された会社ですが、今は奄美大島にも工場がありますし、沖縄にも事業展開しており、全国のすべての都道府県に私どもの製品を納めさせていただいています。しかしながら、地域によって強弱がありますので、弱い地域を強化する、強い地域はより強くしていくということが、現在の市場環境においては大事だと思っています。



平成24年度 土木学会賞(技術賞)受賞
当別ダム(土木学会H.P.より)

Q. 日本全国に事業所を展開されているということですが、どのようにして拡大されたのでしょうか。

A. 当時は自然災害も多く、社会的ニーズ(製品供給)もあり、自社独自で進出した地域もありますが、地元企業を製造販売の代理店としたケースもありました。設立から10年足らずで九州まで拡大しています。意外に思われるかもしれませんが、昭和30年代は、公共事業の当初予算よりも災害復旧費の方が大きいという時代でした。

Q. 平成6年に社長にご就任され、特に印象に残る仕事・事柄をお聞かせください。

A. なんといっても東日本大震災です。私どもに直接的な物的被害はありませんでしたが、両親を失った社員もいるのです。私自身被災した地域には10回近く回っているのですが、初めの頃は、がれきの処理も終わっていかなくて、殺菌剤のジェルを持ち歩いて、外へ出て車やバスに戻るときには、ジェルで消毒してくださいと言われました。今まで水害の被災地も見っていますが、未曾有の激甚の災害で、言葉もないという感じです。今月も行ってきましたが、海岸堤防や土地の嵩上げ・商店街など相当復旧復興が進んでいました。人間の強さを感じていますし、被災地は本当に一生懸命頑張っているという印象です。

Q. 自然災害の多いわが国において災害復旧などでご苦労されたことについて、お聞かせください。

A. 私どもは、創業以来、災害復旧工事、防災・減災という事業に携わってきました。一昨年の関東の鬼怒川の堤防決壊、昨年の熊本の地震発生、そして北海道も35年ぶりといわれる甚大な被害が発生しました。私どもは被害の拡大防止に緊急で製品をお納めすることがあります。災害はいつどこで起きるかわかりませんので、昼夜を問わず、その問い合わせにお応えしたり、緊急で製品をお届けするというので、一線の社員の努力には頭の下がる思いです。



3. 0円筒型魚礁とエゾメバルの群れ



台形CSG ダムのプレキャスト型枠

Q. 貴社の社風、個性、社員気質などお聞かせください。

A. 職位の上下にはほとんど拘らないという昔からの社風で、また、北海道という地域で生まれた会社だからかもしれないかもしれませんが、大らかな社風だと思っています。あくまでも自然体で特に私が気を使っているわけでもありませんが、風通しがいい会社だと思います。

Q. 従業員の人材育成方針をお聞かせください。

A. 入社時には、研究プログラムのスタートとして2週間の「新入社員導入研修」をおこない、会社についての基礎を理解していただきます。

また、仕事内容の基本と実際を教える導入研修の後、事業部単位でのOJTを主体に、先輩社員がマンツーマンで指導します。

入社6か月後には、全国に配属された同期がふたたび一同に集まっての「新入社員フォロー研修」を開催、6か月後のフォローアップを図ります。

その後も主任昇格時には「中堅社員研修」を行うほか、「初級管理者研修」「新任所長研修」など、キャリアごとに研修プログラムを組んでいきます。また地域別に各種製品の「技術研修会」も行われます。

Q. 貴社の今後の事業展開についてお聞かせください。

A. 日本の産業界はどこでも人手不足です。特に建設現場でコンクリート製品をお使いいただければ、省力化・省人化にメーカーとしてお役に立てる部分もあると思っています。政府が推進する生産性革命や一億総活躍社会に製品メーカーとしてお役に立てればと思っています。

わが国のセメント販売高に占めるセメント製品の割合は12~13%です。世界的には、3~4割と言われ、ヨーロッパでは5割を超える国もあると聞きますので、コンクリート製品を活用いただける可能性があると思っています。海外展開は国情が異なり様々なリスクもあると思いますので、今は難しいと考えています。

本日は、大変お忙しい中ありがとうございました。