



2026年度 経営方針 寿ブランド2.0

代表取締役社長 森崎 英五朗

昨年度は以下の【当社30年周期】を認識し、

1935年～森崎鼎トンネル工事業に就業、大成建設のトンネル班として技術を磨き、超難関工事も突破

1965年～森崎俊紘入社、翌年寿建設設立、顧客拡大、地元元請受注実現、94年森崎鼎逝去

1995年～森崎英五朗入社・死亡他事故多発、トンネル補修展開、トンネル元請受注実現

2025年を新しい30年のスタートとして位置づけ(奇しくもそのタイミングで前社長・森崎俊紘が逝去)、「持続可能とする会社運営」を目指して次世代へのバトンタッチを推進する方向性を具現化するため、当社独自の手法・取り組みをより追求すべく4つの「トク化」を方針として取り組んできた。

顧客からの一定の信頼は継続していただいている一方、近年のベテラン技術者の引退増加から次世代への入れ替わりの最中で、経験不足を含め全体的に「寿ブランド」の象徴といえる「魅せる現場」力の低下は否めない状況といえる。また東日本大震災以降は安定的に続いた工事需要は、発注状況の変化や競争の拡大によりかなり厳しくなり、受注営業スタイルの方向性も変わり目を迎えている。さらに、当社の「トク化」の大きな武器の一つであった「改善力」も「私の提案」の提出数の低迷とともに退化が見受けられる。

そのような状況の中、会社設立60年目に迎えた2026年度は、社は「職場是命、工人是宝」の精神を全従業員が今一度胸に刻み、かつ企業理念である「喜ばせる技術 選ばれる企業」をより実現すべく、直近30年で地道に築きあげた当社の現場力、営業力、改善力の継承にしっかり取り組みながら、全員で再度磨きをかける年としたい。

具体的実践すべきことは以下の3つ「リメイク」。「リメイク」とは「作り直す」ことである。

1. 寿ブランドのリメイク

これまで当社が磨き上げてきた各種取り組みを精査し、徹底的な「技術」「安全」の強化や新しい要素を追加することで、全体の「魅せる現場」力をより向上させ「選ばれる企業」となる。

2. 営業手法のリメイク

当社の技術の武器をより活かして、営業戦略を「釣り糸を垂らして待つプル型」から「銚(もり)で仕留めるプッシュ型」へと転換を図り、平準的で条件のよい受注につなげていく第一歩とする。

3. 改善意識(発想力)のリメイク

改善意識と発想力の向上のため、「私の提案」活動への従業員のより自主的な取り組みへとつなげていく。

当社の売りは「人」と、安全も含めた「技術」である。

これらの実践を通して、これまでの「寿ブランド」から1ランク段階を上げた「寿ブランド2.0」としてバージョンアップを試み、人間力と技術力を進化させ、新しい時代を切り拓いていくものである。