

特集 1

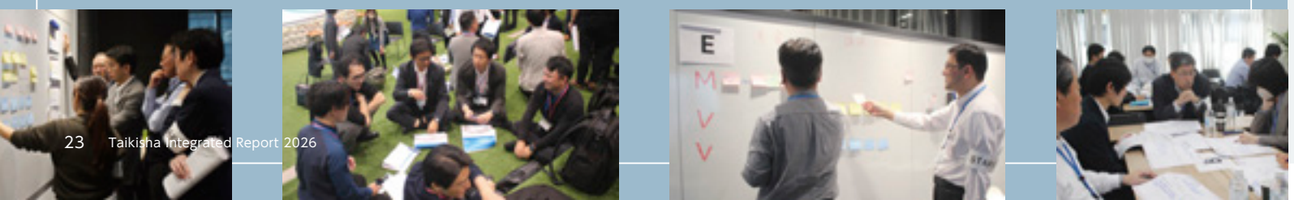
理念・ビジョン刷新プロジェクト

“Project Visionary”

5,000名の対話から生まれた言葉が、大気社の変革を内側から動かす。



2025年、大気社グループは長期計画「10年プラン2035」を発表しました。その策定プロセスの中、経営陣は、事業計画や数値目標を達成するだけでは持続的な成長をもたらす真の変革は成し得ないという認識のもと、2025年9月から、社員一人一人の心の持ちようや行動の拠りどころとなるパーパス・ビジョン・バリューズからなる新たな理念体系の整備に着手しました。長田社長が「経営の両輪」と表現するように、10年プランと新たな理念は一体となって大気社グループの変革を推進するものです。その言葉を紡ぎ出したのが、社員が自ら発案し、言語化していく理念・ビジョン刷新プロジェクト“Project Visionary”です。



Why

なぜ今、理念体系を再構築するのか

変革と成長に向けた「志」を共有するために

理念体系再構築の直接の契機は、2025年5月に発表した長期計画「10年プラン2035」でした。「第三の創業期」ともいえる転換点を迎えた今、数値目標だけではなく、グループ一人一人が同じ志で前進するための「志の指針」も再整理する必要がある、それが経営陣の共通認識でした。

また、現場ではお客さまからの率直な評価もありました。「大気社は言われたことはきちんとやってくれる優等生だが、期待を超える提案がない」。――当社は、与えられた設計を確実に形にする技術力で信頼を積み上げてきました。しかし近年、業界では入札型から「課題をともに解決するエンジニアリング・パートナー」を求める共創型へと移行しています。また、海外売上比率5割超の当社が海外市場で差別化を図るためにも、提案型エンジニアリング企業への転換は不可欠です。1970年制定の社是「顧客第一」を起点に整備された既存の理念体系、その精神は今も有効ではあるものの、グループ全体の共通の志を表す言葉としては、時代の変化に応え切れなくなっていました。

How

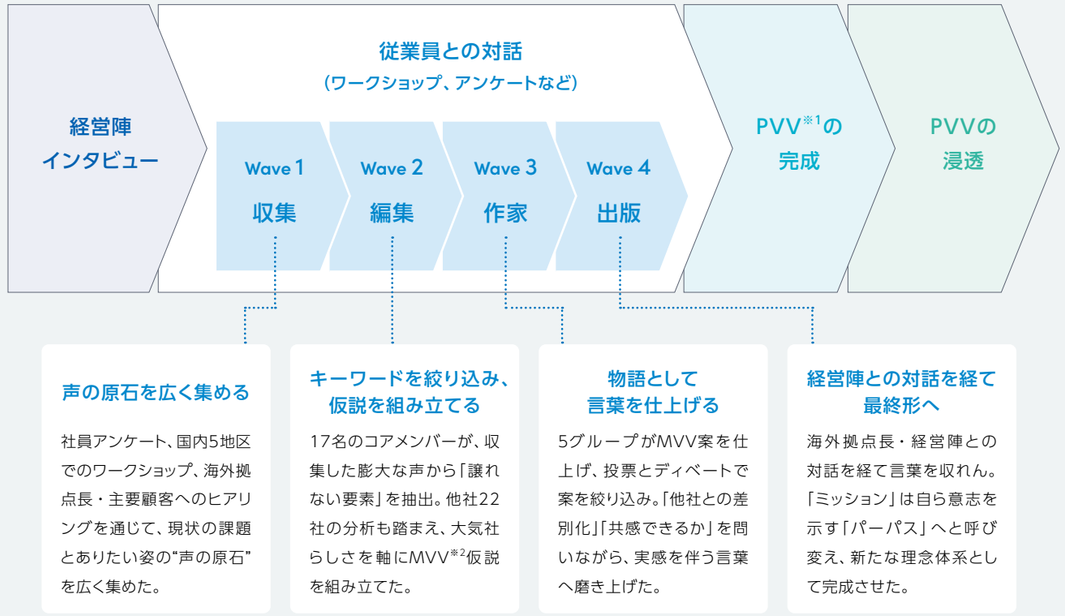
どのように見直したのか

国内外・社内外5,000名の声から言葉を紡ぐ

プロジェクトにおいて経営陣が最も重視したのは、「トップダウンにしない」という原則です。かつての社是「顧客第一」が深く根づいた一方、後年整備した企業理念は当時の経営陣が策定したがゆえに十分に浸透させることができなかった、という反省があったからです。そこで今回は、未来を描く意欲を持つ社員自身が「自分たちでつくった」と実感できるよう、メンバー選定やプロセス設計に工夫を凝らしました。

全グループ社員を対象としたアンケートで約2,600名の声を集めた他、国内5地区では計250名が参加するワークショップを開催。さらに北米、欧州、アジアなど各海外グループ会社のナショナルスタッフの経営層や主要顧客へのヒアリングも実施しました。こうしたのべ5,000名規模の声を基に、「収集」「編集」「作家」「出版」の4つのフェーズを通じて言葉と概念を磨き上げました（図参照）。その中核を担ったのは、海外経験者や国内勤務者、中堅・若手など、多様な人材で構成された17名のコアメンバーです。ワークショップや経営層との対話を重ねながら、自分たちが納得し、実感を持てる言葉を形にしていきました。

理念体系見直しのプロセス



※1 パーパス・ビジョン・バリューズ　※2 ミッション・ビジョン・バリューズ

What
何を策定したのか

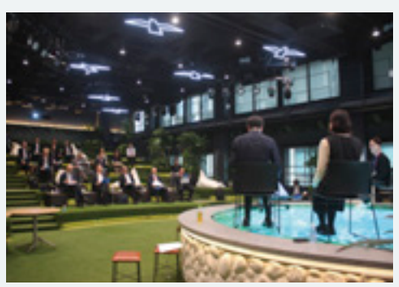
大気社らしく変革していくための言葉を明文化

パーパス「大気をまもり、未来をひらく。」の策定では、「空気」「環境」などさまざまな候補の中、あるメンバーの「そうは言っても『大気』が原点でもあり未来でもあるのでは?」の一言が転換点となりました。公害問題が大きな社会課題であった高度成長期に「大気に働きかけ、澄んだ空気を取り戻す」という志を込めてつけられた社名の原点が、気候変動が進む今こそ、持続可能な社会を実現する当社にふさわしいと多くのメンバーが共感したのです。なお、社名変更の可否も議論されましたが、「大気」をパーパスに収れんさせることで、社名は変更しないという結論に至りました。

ビジョン「世界の知を、現場のカタチに。」は、当社の強みである「グリーンテクノロジー」と「ロボティクスオートメーション」を核に、グローバルネットワークを介した先端技術を掛け合わせ、世界中の現場で最適解を実装していく姿を示しています。最適解は現場ごとに更新される終わりのないものであり、この言葉にエンジニアリング企業としてのあるべき姿を反映しました。

バリューズはあえて英語で表現しています。「日本人が使う『グローバル』は日本中心の海外のことに聞こえる」という海外ナショナルスタッフの声から、すべての拠点がそれぞれ「中心」であることを前提に、どう行動すべきかを明文化しました。“One TAIKISHA, One TEAM”は多様性を組織の総力に変える姿勢を、“Ownership Belongs to Everyone”は当事者意識を持った自律的な行動を表します。“Open Challenge, Quick Response”は、かつて社内に広く浸透していた言葉で、継承すべき言葉として改めてバリューに位置づけました。

なお、社是「顧客第一」は、これらの根底を成すフィロソフィーとして継承されています。



Future
どう浸透させるのか

PVVの体現者を発見し、称える

PVVの完成後は、社長が全国拠点を巡るキャラバンを開始しています。「何か意見は」という問いに声は上がりにくいものの、「この言葉を体現できている人を想像できますか」と問いを変えると、「あの人はこれに当てはまる」「あの取り組みはこの言葉そのものだ」という気づきが生まれます。「暗記する」のではなく、「体現者を発見し、称える」ことでPVVを日常に根づかせる——これが浸透策の核心です。意見交換は、引き続き拠点長・部長を通じて行われている他、今後は体現者を称えるアワード制度も検討していきます。

これらプロジェクトを通じて浮かび上がったのは、挑戦したい、殻を破りたい、そう思いつつなかなか踏み出せない社員たちの姿でした。PVVは、「その気持ちを出していい、それが求められている」という社員へのメッセージでもあります。5,000名の対話から生まれた言葉は今、大気社グループの変革を内側から動かし始めています。

策定後の施策イメージ

策定後フェーズ

本格浸透と行動変容の促進

2026年度	2027年度以降～
PVVの浸透	行動変容の仕組み化
各種浸透ツールの展開やワークショップ等を通じた共感・納得感の醸成	新たな社内制度や継続的な研修を通じた仕組みへの落とし込みと自分ごと化
社長とコアメンバーがPVVを解説するメッセージムービーを配信	PVVを反映した新たな評価制度の導入検討
社長とコアメンバーによる国内外タウンホールミーティング開催	PVVを体現する社員を称えるアワード制度の導入検討
管理職を対象とした国内外での自分ごと化ワークショップ開催	グループ会社におけるPVV伝道師育成
理解促進・共感腹落ちツール作成	国内全社員対象の階層別研修実施

新しい時代の、新しい大気社へ —— 従業員の視点



環境システム事業部
副事業部長
久保田 康三

1990年の入社以来、「顧客第一」を受け止め、また数年前に創業理念の理解浸透活動にも携わったことから、当初は理念・ビジョンを刷新する必要があるのかという疑問もありました。一方で、建設業を取り巻く環境が大きく変わる中、次の100年へ向けて次世代に大気社らしさというバトンを渡す時期に来ているのではないかとも感じ、プロジェクトに参加しました。若いメンバーや異なる部署の多様な意見に触れ、大気社の未来を担う頼もしさを感じました。当社が成熟期にある今こそ、創業期のような新たなパッションを呼び起こし、一人一人が新たなPVVの歴史的意義を理解して行動することが大切だと考えています。



塗装システム事業部
オートメーション事業所
技術部長
野阪 英嗣

理念・ビジョンの刷新は「会社を変えるきっかけ」だと受け止めています。大気社において、オートメーション領域はこれまで必ずしも中心的な存在ではありませんでしたが、ロボティクス技術の活用によって既存事業の拡張や新規事業の創出が期待されています。議論を重ねる中で、多様な技術や考え方を組み合わせ新たな価値を生み出すことが、これからの大気社のさらなる独自性になると再認識しました。変わることへの不安も含めて新たな理念と向き合いながら、世代や国境を越えて「今、変わる」意志を共有していくことが、企業変革の第一歩だと感じています。



管理本部人材開発部
DE&I推進課長
岡田 千花

人事部門で社員の声に触れる機会が多い立場として参加しました。パーパスやビジョンを刷新し、社内外に広く伝えていくことで、大気社をより深く知っていただく機会が広がるのではないかと期待していました。ワークショップでは、各地区の社員が大気社の将来を前向きに考え、良いところを大切にしながらも、自分たちで課題を改善し未来へ引き継ごうとする気概を感じました。大気社が好きで、良くしたいと考える仲間が多いことに気づけたのは大きな収穫でした。新理念を皆で共有し、業務の中で形にしていきながら、大気社グループをより良くしていくことにつなげたいと思います。



事業開発本部
技術開発センター
技術開発部
グリーン技術開発課
村上 裕紀

DACの開発に携わりながら「エネルギー・空気・水の探求」という考え方を、日々の業務の拠りどころとしてきました。今回のプロジェクトは、変革へと向かう大気社の社員の想いと大気社らしさを限られた言葉の中で両立させるというものでしたが、多様なメンバーと議論を重ねる中で、言葉の選び方一つで受け止め方が大きく変わることを実感しました。苦労したかいもあり、結果として納得感のある、良い形に仕上がったと感じています。新しい理念を一人一人が理解し、日々の判断や行動に落とし込むことが、変革を前に進める力になると考えています。



Taikisha USA, Inc.
取締役社長
Bob Booth

米国やメキシコ、カナダの事業会社の社長という立場で、海外拠点マネジメントへのインタビューや英語表現のレビューを通じてプロジェクトに関わりました。従来の「顧客第一」の精神には深く共感してきましたが、新しい世代や変化する市場環境に対して、より強く響く言葉が必要な時期に来ていたと感じています。今回のPVVは、地域や文化を越えて現在と未来の社員を導く共通の軸になっています。このPVVを通じてグローバル視点での協働や挑戦が加速し、10年プランと、その先の成長につながることを願っています。



Taikisha (Thailand)
Co., Ltd. 取締役
Sathaworn Thipchaisilp

タイのグループ会社で塗装システム事業の運営に携わる立場で、今回のプロジェクトに参加しました。議論を通じて、グループ全体が同じ目的と価値観を共有し、国や部門を越えて連携していくことの重要性を改めて認識しました。今回策定されたPVVには、現在の事業環境に即した明確な方向性が示されており、私たちが直面する課題や今後の成長機会ともよく整合していると感じています。このPVVを一人一人が自分ごととして受け止め、主体的にそれぞれの創造性や技術革新につなげていくことが企業変革を実現する鍵になると考えています。