



大熊地区外舗装修繕工事／福島県大熊町

## 舗装事業 -「一所懸命」精神を大切に、チャレンジ-

前田道路は、1925年に高野組として創業し、2025年には創業100周年を迎えます。創業当初から舗装工事（建設事業）とアスファルト合材の製造販売（製造販売事業）を軸に売上規模を拡大し、現在では全国に営業所・工場合わせて約200拠点を持つまでに成長しました。創業より培ってきた技術力と全国規模のネットワークを活かし、地域に寄り添う形で人々の安全と生活の快適さを提供し続けています。舗装事業のさらなる成長に向け、労働力の確保や技術力の向上といった「基盤強化」と、DXや情報化施工の推進、脱炭素などの「新たな挑戦」に取り組んでまいります。



前田道路  
取締役 常務執行役員  
にしより かずひろ  
工事業本部部長 西依 和浩

### 市場動向と社会課題

#### ■ 建設事業市場動向

道路の新設工事は縮小傾向にあるものの、老朽化した道路に対する維持・修繕工事の増加が予想され、全体では横ばいでの推移を見込んでいます。また、コロナ禍が明け、民間投資は堅調に推移し、完工案件同様に現状の横ばいで推移を見込んでいます。一方で、作業員の高齢化などによる労働力不足が大きな課題です。

#### ■ 製造販売事業市場動向

全国のアスファルト合材製造数量は年々減少し、2023年度も過去最低の3,600万t台となりました。今後も一定の水準までは減少が続くものと予想しています。また、円安の進行や原油高による原材料費の高騰も続いており、世界情勢の先行きが不透明なことから今後も変動は続くと考えています。業界としては、原価高騰分の価格転嫁が難しい現状です。

社会課題としては、道路業界では「脱炭素」への取り組みが最重要課題であると認識しています。道路業界が及ぼす環境への影響は大きく、アスファルト合材の製造時に大量のCO<sub>2</sub>が排出されます。2050年のカーボンニュートラル実現に向け、環境価値は今後高まっていくと予測しています。RE100対応のCO<sub>2</sub>フリー電気の導入、また、環境に配慮した中温化合材ecole（エコール）<sup>※1</sup>を出荷できる拠点を拡充するといった施策が今後はさらに求められます。

その他にも少子高齢化、働き手不足、地方の過疎化問題という社会課題の解決に向け、官と民が連携し、道路の包括的民間委託<sup>※2</sup>が進むと予測しています。

※1 ecole（エコール）：機械式フォームド技術を利用した低炭素（中温化）アスファルト混合物

※2 包括的民間委託：P.84用語集をご覧ください

### 強みと差別化戦略

前田道路の強みは、全国に根付いたネットワークと高い機動力にあります。売上高重視から利益重視の考え方への転換を図り、受注時利益率を意識した受注活動や外部環境に応じた価格転嫁の実施といった施策を推進し、その結果が2024年3月期の業績向上につながりました。今後も外部環境の目まぐるしい変化が予想されますが、当社の強みを活かし柔軟に対応していきます。

差別化戦略として、建設事業では官庁工事及び民間元請工事の受注拡大に注力します。官庁工事では、前田建設との技術提案勉強会や応札後の反省会等を通じて、技術点・技術提案順位の向上を図っています。2024年3・4月には、立て続けに2件のNEXCO東日本発注工事を受注することができ、当社の過去最高受注金額も更新しました。そ

の他にも様々な発注者から案件を獲得しており、着実に成果として結びついています。民間元請工事では、既存顧客の連携強化から新規顧客の開拓やグループ間での情報共有、顧客紹介を積極的に進めていくことにより、受注につなげていきます。

製造販売事業では、低炭素合材を武器とした営業を推進していきます。低炭素合材とは、通常の合材よりCO<sub>2</sub>の排出量を削減して製造された合材で、全国の工場で製造販売が可能となっています。また、当社独自のアクションレポートを用いることで、CO<sub>2</sub>削減量の見える化が可能となり、お客様自身の環境PRにもつながる製品となっています。付加価値製品の販売を推進することで、社会全体のカーボンニュートラル実現につなげていきます。

### 戦略三本柱に関わる施策の進捗

「生産性改革」としては、これまで受注時利益率の管理や拠点の統廃合を進めてきましたが、さらなる施策として、今期より近隣拠点のグループ管理に取り組んでいます。この施策を通じて、グループ内での人的資源の活用やさらなる施工効率化を目指してまいります。

「新たな収益基盤の確立」としては、子会社である日本バイオフェューエルのバイオ重油製造事業に注力しています。現在は西日本を中心とした18工場へ納入を開始していますが、将来的には東日本エリアへの拡大や社外向けの販売体制を確立し、第3の柱として成長を促進します。また、当社製品である常温合材マイルドパッチの拡販にも注力しています。今まではBtoBをターゲットに販売していましたが、eコ

マースを活用した販売をはじめ、テレビショッピングなど、新たな切り口によってBtoC市場を開拓していきます。販売データを蓄積し、そのデータを基に新たなニーズを開拓してまいります。

「体質強化・改善」としては、完全週休2日制を実現すべく、基幹システムの刷新をはじめとしたIT・DX施策や省人化に資する技術開発を推進しています。さらに社員総活躍の実現を目指し、人事制度の改定を行いました。今後は研修体系の見直しや資格取得の支援を行っていくことで、社員一人ひとりが成長できる環境づくりに注力します。



日本バイオフェューエル

### 今後の課題

建設業において、人手不足が深刻になる中、今後は働き手から選ばれる企業になる必要があります。前田道路は「人こそが会社の財産である」という考えのもと、魅力ある職場環境づくりや人材投資を業界のリーディングカンパニーとして推進していきたいと考えています。そのために

は、今まで以上に利益重視の考え方を深化させ、十分な投資が継続できる利益を確保していかなければなりません。

今後もあらゆるステークホルダーと共に、未来につづく道づくりへ挑戦していきます。

### 社員の声

「その一滴に、ねむる価値」を合言葉に、社員一人ひとりが一滴入魂。動植物由来の原料に様々な処理を行う過程で、その処理一つひとつが正確に行われているかどうかを点検するのが私の仕事です。最初は経験したことのない作業ばかりで戸惑いの連続でしたが、仕事を重ねるうちに幅広い技術やスキルが身につくにつれ、バイオ重油の可能性に大きな魅力と面白さを感じるようになりました。環境負荷の少ないバイオ重油を前田道路のアスファルトプラントに届けることにやりがいを感じ、バイオ重油をもとに建設されたアスファルト舗装を街で見かけると嬉しくなります。「地球の未来を変える大切な仕事」と、胸を張って答えることができるこの事業に、これからも全力で挑戦していきます。



日本バイオフェューエル  
まへだ ひろゆき  
部長 前田 浩之  
(前田道路より出向)