

株式会社ノーブルホーム (株式会社ノーブルホールディングス)

代表取締役 福井 英治 氏



筑波総研株式会社
代表取締役社長 木村 伊知郎

株式会社筑波銀行
水戸営業部長 井ノ崎 昭

株式会社ノーブルホーム
代表取締役 福井 英治 氏

設立30周年を節目として 100年先も必要とされる企業であるために

本社：茨城県水戸市笠原町1196-15
設立：1994年10月
従業員数：2023年10月現在 530名
事業概要：注文住宅の請負ならびに設計・施工管理、建売住宅の施工販売、
宅地の企画開発・販売、外構工事の設計・請負・施工管理、
家具の販売・コーディネート、リフォームの請負ならびに設計・施工管理、
損害保険・生命保険代理店業務、資産開発提案（集合住宅建築の設計・請負・施工管理）

インタビュー日：2023年10月12日
〔聞き手：筑波総研(株) 代表取締役社長 木村伊知郎〕
取引支店：(株)筑波銀行 水戸営業部

高校教員からビジネス界へ 異色の経歴で社業を発展

高校野球部監督から不動産業、住宅メーカーへと
と転身された理由についてお聞かせください。

父が産業廃棄物の中間処理業を茨城町で営んでおりました。社員5名、年商1億円に満たない会社でしたが、私が教員になって3年目に、父が体調を崩してしまいました。その後、父の病状を見守っていたのですが、復帰は難しそうでしたので、年度末に教員を退職し家業を継ぐ決心をしました。葛藤はありましたが、決めたからには高校野球の監督としてやりたかったチームマネジメントや人材育成をビジネスの世界でやっていこうと気持ちを切り替えました。

とはいえ、当時私はまだ25歳でしたから何もわかりません。廃棄物の収集や運搬作業を手伝いながら、野球関係でお世話になった方々を頼り、営業活動をするといった形で最初の1年間がスタートしました。

やがて父の体調も少しずつ回復したので、以前から将来性を感じていた不動産業を勉強したいという気持ちが強まり、水戸市内の不動産会社で修行をさせてもらうことにしました。大手デベロッパーの仲介事業なども手掛けていた企業でしたので、2年3か月の間に不動産業について幅広く経験できたことが良かったと思います。働きながら1年で宅建の資格も取りました。

そして、ノーブルホームの基盤となる不動産業ステージプランニングを設立し独立しました。当初は資金力もありませんから、仲介事業による手数料収入が中心でしたが、事業を続けるうちに、土地を探して提供するだけでなく、住む人の家づくりからアフターケアまで、お客様のライフスタイルに合わせてトータルでご提案していきたいと考えるようになりました。

こうして1994年にノーブルホームを設立しハ



これまでの歴史を語る福井社長

ウスメーカーとしての第一歩を踏み出しました。最初は知り合いの大工さんや設計事務所さんに協力してもらいながら、設計・施工・現場管理などを行っていました。やがて住宅だけでなく、インテリア・エクステリア・不動産・保

険などお客様の利便性向上のためのワンストップサービスが支持を得るようになり、今では茨城で最も多く家を建てている会社へと成長することができました。

実は私自身、もともと住宅やインテリアのデザインに興味があり、住宅展示場などへ行って設計やデザインを見ることが好きでした。不動産会社の経営者としては珍しいかもしれませんが、そのおかげで土地と住宅の両方をワンストップで提供していくという現在の事業スタイルに自然に入っていたのかもしれません。

経営者として貫く地域愛と野球愛

2005年より主催されている少年野球大会「ノーブルホームカップ」や、水戸市民球場「ノーブルホームスタジアム水戸」のネーミングライツについて、趣旨や効果をお聞かせください。

少年野球大会「ノーブルホームカップ」は、会社が10周年を迎え軌道に乗り始めた頃に社内プロジェクトとしてスタートしました。私自身が野球から様々な学びを得たように、地域の子どもた



水戸本社外観



水戸本社受付



ノーブルホームスタジアム水戸

ちにも、野球を通じて人間力と地域愛を育んでほしいという思いがありました。

それには子どもたちが野球で楽しい体験をし、記憶に残るような舞台が必要です。大会で得たかけがえのない経験は、やがて達成感や自己効力感、そして自信につながります。記憶だけでなく、写真や映像として家族の思い出を記録に残すこともできるでしょう。

また、大会は人的交流という点でも大切です。選手同士はもちろん、監督・コーチといった指導者同士が大会をきっかけに関係性を深めること

は、新たな野球観との出会いや地域野球の振興にもつながります。野球というチームスポーツを通じて人間力を高め、地域愛を培う。やがて高い能力を持った子どもが高校に進む際に、他県ではなく県内の学校を選ぶようになる。そんな環境づくりにも貢献できたらうれしいですね。おかげさまでノーブルホームカップは、今や県内約130チームが参加する、子どもたちにとって憧れの大会となりました。

会場となっている「ノーブルホームスタジアム水戸」のネーミングライツ募集は、「いきいき茨城ゆめ国体」を前に水戸市民球場の全面改装が行われるタイミングでしたので、当初からとても期待をしておりました。公的施設のネーミングライツを獲得できたことは、当社の認知度を高めるとともに、地域における企業として信頼度がさらに高まるものと期待しております。

特に高校野球では、この球場が茨城県大会の開会式と決勝戦の会場となりますから、高校生や大学生の採用活動にも効果的だと思います。昨今では、関東大会なども開催されるようになり、他県の方々も数多く来場されるようになりましたから、当社の栃木、千葉、山梨への出店のタイミングとも合致して相乗効果も期待しています。



2023年10月10日に「ノーブルホーム30周年記念式典 新ブランド発表会」を開催



今秋にOPENしたばかりのNOBLE VILLAGE MITOでは4つのコンセプトを体験できる



FREEDIA (フリーディア) ブランドの自由設計の家

創立30周年を機に目指す 「ファースト・コール・カンパニー」

創立30周年を機に、中期経営計画で「リブランディング」というテーマを打ち出され、「トップダウン企業から組織力の企業へ」、「ファーストコールカンパニー」を目指すことを発表されました。趣旨をお聞かせください。

当社はこれまで2つの柱でブランド力向上に努めてきました。1つは、ノーブルホームスタジアム水戸やノーブルホームカップなど、野球を通じた社会貢献による地域との信頼関係づくりです。もう1つは、デザイン性に優れた注文住宅を提供し、街づくりのデベロッパーとして「価値ある暮らしを創造・革新し続けるイノベーションカンパニー」として邁進してきました。おかげさまで、これまでに茨城・栃木・千葉でグループ累計18,000棟の住宅建築を行うトップビルダーへと成長することができました。

しかし、従来と同じブランド戦略を続けるだけでは、今後さまざまなニーズのお客様に対し、当社の商品やサービスの魅力を十分に伝えきれないことに気づきました。そこで今回、創立30周年という節目に、時代や市場の変化に合わせて既存ブランドを再構築する「リブランディング」に取り組んでいます。

社会環境の変化とともに、住宅市場は大きく変化しています。同時に、企業の成長に合わせ、当社の組織や社員も変化してきました。こうした市場や組織の変化を分析し、今後競争に勝ち抜いていくための新しいブランドの指針や戦略を決定するのがリブランディングです。

具体的には、自分たちの目指す姿（ビジョン）や使命（ミッション）を再検討し、その上でターゲット層・商品・サービスを見直し、お客様に商品やサービスを的確に届けるための流通やマーケティングを策定します。新しいロゴやデザインの策定もその一環であり、「暮らしをひらく」をミッションとし、新たな一歩を踏み出しました。

私たちが目指すのは、相談を持ちかけていただいたお客様に対し、あらゆる提案のできる、一番最初に相談したくなる「ファースト・コール・カンパニー」です。

ゼッチ ZEH・長期優良住宅の普及 新築だけでなく中古住宅も

国際的な取り組みであるSDGsを踏まえ、企業にとっても持続可能な社会構築は重要課題です。環境や社会に配慮した取り組みについてお聞かせください。

当社は、2050年のカーボンニュートラル実現



30周年記念式典の様子



取材時の様子

に向け、住宅の省エネ化、省CO₂化に取り組んでいます。その一つが、太陽光発電などでエネルギー収支をゼロ以下にするZEH[※]住宅の普及。当社が受注するZEH（NearlyZEH含む）が占める建築割合を2025年までに50%以上とすることを目指しています。

さらに高性能の住宅をご要望のお客様には、長期にわたり良好な状態で使用するためのお墨付きが付与された長期優良住宅もご提案しています。

持続可能な住まいという点では、リフォームやリノベーションによってお住まいを長く利用していただく中古住宅への対応も重視しています。過去に当社で販売した住宅に限らず、品質の高いリノベーション技術と、これまでの建築実績から得られた知見を組み合わせることで、自分の希望通りに造りかえて購入できる「中古の注文住宅」のご提供も実現します。

こうした中古住宅市場は、今後は茨城県内の全地域で広がると思います。たとえば、40年程前に開発された郊外型住宅団地などでも空き家対策

や遊休地活用が急務になっており、ハウスメーカーとしては「まちづくり」を行ってきた責任として、行政と連携し住み続けられるまちの再生に取り組んでいくことが重要と考えています。

官民連携で地方創生に貢献

法人向け非住宅部門や行政と連携したまちづくりも強化されています。地方創生の視点から、具体的な取り組みについてお聞かせください。

注文住宅や建売住宅など、これまでは個人のお客様が多かったのですが、これからは法人向け非住宅部門も強化していきます。グループホームの建設もその一つです。障がいをお持ちの方が将来的に自立し、地域の中で自分らしい生活を送るための住まいを提案することで、安心して暮らせる環境づくりをサポートしています。ほかにも事業所、美容室、クリニックなど、地域の法人のお客様に対して建築を通して貢献していきます。

一方、人口減少や少子高齢化に伴い、空き家や遊休地の発生は地域にとって喫緊の課題です。定住人口の維持・増加や移住促進の取り組みは、地方創生の観点からも重要であり、これまで地域密着の住宅事業や不動産事業で培ってきた当社のノウハウを活かし、自治体と連携しながら空き家のリノベーションや宅地分譲開発を通じたまちづくりに貢献をしていきたいと考えています。

茨城県常陸大宮市と締結した「官民連携による常陸大宮駅周辺地区のまちづくり・宅地分譲開発に係る基本協定」はその好事例で、主に宅地分譲開発において市とノーブルホームが協力・連携してまちづくりを推進しています。

理念共有とガバナンスで健全経営を目指す

事業が拡大し、従業員数も増加する中、社員の



託児施設、クリニックなど地域に根差した施設の開設もサポート



グループホームの建設で地域の障がいをお持ちの方を支援

※ZEHとは、net Zero Energy House（ネット・ゼロ・エネルギー・ハウス）の略語。家庭で消費するエネルギーと、太陽光発電などで創るエネルギーの収支を1年間で実質的にゼロ以下にする家の意味。



最上級オーダーメイド設計の家を提案するブランド「FREEDIA LUXURY」



コミュニケーションやコーポレートガバナンスはどのように工夫していますか？

30年前に資本金1,000万円から船出した当社ですが、現在、従業員数はグループで600名を超え、住宅展示場も22か所になりました。しかし、組織が大きくなると社内コミュニケーションが希薄になり、会社の課題に対する当事者意識が希薄になるという懸念もあります。

そこで創立30周年を機に、社員に企業理念や価値についての理解を深めてもらい、その価値を浸透させていくインナーブランディングに注力しています。一人ひとりがノーブルホームの価値を理解して愛着を持ったうえで、意識や仕事の改革を行い、それをDNAとして伝え継いでいくことが目的です。

毎朝朝礼でクレドを唱和するなど、これまでも理念教育には力を注いできましたが、社員一人ひとりが会社のミッションを自分ごととしてとらえ、高い参加意識を持って成長できる組織にするには、さらなる人材力とそれを養う人材育成が必要です。

その一方で、組織におけるリスクを未然に防ぎ、体制管理をするために不可欠なガバナンスにも取り組んでいます。具体的には、内部監査やリスク管理室を社内に設置するだけでなく、弁護士を監査役に迎え、全ての事業会社のコンプライアンス（法令遵守）を徹底しています。

また、役員や管理職が弁護士によるチェックを定期的に受ける仕組みもつくっています。たとえば、役員会は月1回弁護士に出席してもらい、様々な案件に対し外部の専門家の立場で検証します。原因究明と対策、そして予防策など、対策と注意喚起の両面から協議する場をつくっています。

企業にとって最も重要なのは信頼です。それを維持するために、これからも私たちは理念共有とガバナンスを徹底し健全経営を目指していきます。

関わった人が幸せになるための舞台を提供する

目指す企業像として「100年企業」を掲げています。貴社の将来展望についてお聞かせください。

今、住宅市場は変化のうねりの中にあります。こうした中で100年後も必要とされる企業であるために、私たちは2つのことを大切にしてい



女性が活躍する企業としてえるぼし認定（3段階目）を取得

ます。

まず、ノーブルホームという会社が、お客様に価値ある暮らしを提案していくこと。常に新しい最高の商品とサービスの提供によって、お客様に夢や感動・幸せ・喜びを提供します。グループ内に施工会社を設立するなど、お客様のライフパートナーとして住まいに関わる事業を幅広く展開していきます。また、ニーズの多様化に合わせ、新ブランドの開発にも力を注いでいます。

そして、社員にとって働きやすいこと。日々成長することでやりたいことができ、働いて幸せを感じられる会社になることを目指しています。現在、社員の男女比が約5:5となっており、管理職に占める女性の割合も約10%近くに達し、女性の活躍の場が多いことが数字にも表れています。中でもお客様と直接向き合う専門職のインテリアコーディネーターは40名全員が女性です。この分野を外注でなく全て内製化しているのは全国的にも珍しく、ノーブルホームの強みのひとつにもなっています。

働きやすさを実現するために、ライフステージの変化に応じて長く安心して働ける制度や環境づくりも進めています。社員の平均年齢が34歳と、子育て世代が多く活躍していることもあり、仕事と子育ての両立支援として「育児短時間勤務制度」「時差出勤制度」を設けています。また、女性、障がい者、シニアなど多様な人材が互いを認め合いそれぞれの個性や特性を活かし働けるような環境、体制づくりに積極的に取り組んでいます。

創業当時から思い描いていた「100年企業」への挑戦。そのための成長を支えるのは「人間力」や「人材力」に他なりません。お客様、社員、お取引先、地域社会、当社に関わる全ての人が幸せになるための舞台を提供することがノーブルホームの使命だと思っています。