

川崎重工グループ・ミッションステートメント

当社には、1966年（昭和41年）に制定した「経営の基本理念」がありましたが、制定後40年の間に、社会・経営環境は大きく変化してきました。こうした環境変化を踏まえるとともに、21世紀において当社グループが果たすべき社会的使命や、ブランド価値向上のため共有すべき価値観などを盛り込み、「経営の基本理念」に置き換わるグループ全体の羅針盤として「川崎重工グループ・ミッションステートメント」を2007年5月に制定しました。

グループミッション [社会における使命]

「世界の人々の豊かな生活と地球環境の未来に貢献する“Global Kawasaki”」
川崎重工グループは、広汎な領域における高度な総合技術力によって、地球環境との調和を図りながら、豊かで美しい未来社会の形成に向けて、新たな価値を創造します。

川崎バリュー [重きを置く価値・戦略・施策立案の立脚点]

価値創造：グローバル規模での社会・顧客の価値創造を川崎バリューとする
独自性：独自性・革新性・先進性を川崎バリューとする
最高品質：世界最高レベルの機能・品質を川崎バリューとする



グループ経営原則 [グループ経営の指針、経営活動における原則]

- ① 高度な総合技術力に基づく、高機能・高品質で安全な製品・サービスの提供を使命とし、社会と顧客から信頼される。
- ② 事業展開のすべての局面において企業の社会的責任を認識し、地球・社会・地域・人々と共生する。
- ③ 誠実・活力・高度な組織力と労使の相互信頼を企業文化とし、グローバルに“人財”を育成・活用する。
- ④ “選択と集中”、“質主量従”、“リスクマネジメント”を指針とし、収益力と企業価値の持続的向上を図る。

グループ行動指針 [日々の業務遂行においてとるべき行動の指針]

- ① 長期的・多面的・グローバルな視点に立って思考し、行動する。
- ② 革新を旨とし、高い目標を持って困難な課題に挑戦する。
- ③ 夢と情熱を持ち、目標の実現に向け、最善を尽くす。
- ④ 高い倫理観と優れた人格を持ち、社会と人々から信頼される企業人となる。
- ⑤ 自己錬磨を怠らず、自ら考え行動する「自主独立のプロフェッショナル」となる。
- ⑥ 誇りと喜びを共有する、「チーム・川崎」の良きメンバーとなる。

中期的経営戦略

2006年度から2010年度を対象期間とする中期経営計画「Global K」は川崎重工グループ全体および各事業領域の10年後のビジョンをまず策定し、そのビジョンに向かってグループが発展・成長するための前半期間に関する事業戦略をまとめたものです。

基本目標は「『質主・量従』『選択と集中』『非価格競争力の強化』」を経営の基本とし、中期経営計画期間中に収益力の高いグローバル企業へ飛躍することとしています。4項目ある具体的目標の一つに「CSR推進体制の強化による企業品質の向上」を掲げています。

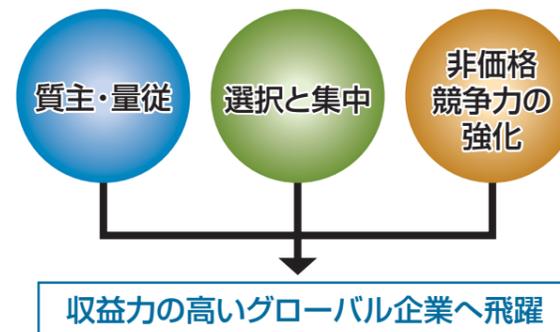
また6項目ある重点施策の一つに「CSRの推進」を定め、「CSR活動の推進を行い、『内部統制の強化、コンプライアンスの徹底』『経営の透明性の向上』『リスクマネジメントの強化』『地球環境にやさしい事業運営』を中心に、従来の活動をさらに強化する」としています。

企業ビジョン

川崎は、高度な技術力により、陸・海・空の輸送システムとエネルギー・環境分野を中心に、世界の人々の豊かな生活と地球環境の未来に貢献するグローバル・リーディングカンパニーになります。



基本目標



数量目標

・収益力の強化 ・財務体質の強化	→	・ROIC（資本効率）の向上 ・売上高経常利益率の向上
[2010年度の目標]		
・ROIC 14%	・売上高	1兆5,600億円
・経常利益率 5.8%	・営業利益	1,000億円
	・経常利益	900億円
・D/Eレシオ 100%以下	・自己資本比率	30%以上
株主利益還元 収益力の向上に即して順次増配（中長期的な連結配当性向30%を基本）		
<small>(注) ROIC: 投下資本利益率=(税引前利益+支払利息)÷投下資本 D/Eレシオ=有利子負債残高÷自己資本</small>		