

# 川崎重工グループ 第一回有識者ダイアログ

2011年12月28日、神戸市中央区にある神戸クリスタルタワー（川崎重工神戸本社）に、環境マネジメントやCSRに関する専門家、企業の実務担当の皆さんをお招きし、有識者ダイアログを開催しました。第一回となる今回は、「川崎重工の事業への期待」、「今後のCSR活動の進め方」についてご意見をお伺いし、出席した当社メンバーを含めて意見交換をしました。



## 開催概要

【日時】  
2011年12月28日

【場所】  
川崎重工神戸本社（神戸クリスタルタワー）

## 【社外参加者】

**水上 武彦 氏** (株)クリーン、ファシリテーター  
**磯辺 剛彦 氏** 慶應義塾大学大学院 経営管理研究科 教授 経営学博士  
**海野 みづえ 氏** (株)創コンサルティング 代表取締役  
**河崎 勝徳 氏** TOTO(株) ESG推進部

## 【川崎重工からの出席者】

**橋本 芳純** CSR推進本部 本部長・執行役員  
 CSR企画ワーキンググループメンバー  
 各カンパニーCSR委員会事務局担当

## カワサキワールドを見学

有識者ダイアログの開催に先立ち、有識者の皆さんに、神戸メリケンパークにある神戸海洋博物館内の「カワサキワールド」を見学していただき、川崎重工グループへの認識を深めていただきました。



## ブランド価値向上は次世代をターゲットに

「川崎重工の事業への期待」を考える前に、まず川崎重工のブランドイメージを確立し、高めることが大切だと思います。というのも、川崎重工について学生に聞くと、新幹線やオートバイは知っていても、それ以外の事業についてはあまり知りません。製品や技術の持つ顔、いわゆるブランドが見えにくいところがあり、それゆえに世の中から正当な評価を得ていないと感じます。ブランド価値を上げる方法として有効なのが、製品や技術の裏側にある物語を伝えることです。お客様や消費者にとって製品や技術、さらに企業のイメージ広告はほとんど意味をなさず、シンプルに伝わる物語こそが人の心に届くのではないのでしょうか。

「今後のCSR活動の進め方」について、大切なのは誰に対してメッセージを発信するかです。新幹線、飛行機など子供たちにとって憧れの対象である製品をつくっている企業として、次世代を担う子供たちをターゲットにしたCSRに注力していくべきだと思います。

慶應義塾大学大学院教授  
いそべ たけひこ  
**磯辺 剛彦 氏**



## グローバルなCSR活動の展開に期待

川崎重工の事業がB to B(企業間取引)のビジネス中心であっても、その先にはC、つまりコンシューマー(消費者)やコミュニティ(地域社会)があります。特に、設備やインフラに関わる企業のお客はコミュニティとの接点が多く、ビジネスを展開する場合は地方自治体や行政府に向けたCSRを考えていく必要があります。

また、グローバルに事業展開をしていく場合、ダイバーシティ(性別や人種といった違いにこだわらずに人材を活用すること)や現地での採用など長い目で見た地域貢献に対する考え方が伝わらないと、現地に受け入れられにくくなります。国際的な社会的責任の手引きであるISO26000が出て、人権問題や労働問題などグローバルカンパニーとして解決していかなければならない課題もあります。そういうことを含めてグローバルブランドとしての川崎重工がコミュニティのためにいかに貢献できるかということを考えて活動してもらいたいと思います。

(株)創コンサルティング  
うんの  
**海野 みづえ 氏**



## 川崎重工らしさを発揮するCSR活動を

企業のCSR担当者として今後のCSR活動に共通の課題があると認識しています。川崎重工は、リスクマネジメント的なCSRにはかなり取り組んでおられ、体制と組織、実績などもきちんと評価した上で、これからの課題を踏まえてCSR活動を進めようとしています。次のステップとして、事業とCSR活動の戦略的な結びつけに注力されてはいかがでしょうか。

ISO26000の規格の中にはグローバルな社会課題が集約されています。その中で川崎重工が「らしさ」を発揮できるフィールドがどこなのかを読み解き、そこに注力することによって会社の独自性を発揮することができます。それが事業の価値向上につながっていくのではないのでしょうか。川崎重工はインフラに関わる企業であり、人々の生活のベースに密接につながっていることを考えると、川崎重工らしさを発揮するフィールドはいろいろあると思います。これからは守りから一歩攻めに転じたCSR活動が求められてきます。川崎重工におかれても、そうしたCSR活動を模索していくことが大切ではないかと考えます。

TOTO(株) ESG推進部  
かわさき かつのり  
**河崎 勝徳 氏**



## ファシリテーターからのコメント

### 課題を絞り、戦略的な視点で目標設定を

川崎重工では今、CSRマネジメントに関する85項目の課題が出されていますが、今後は本当に強化すべき点、やり抜かなければならない課題にフォーカスする必要があります。

また各カンパニーは自立性を持ってCSR活動をしています。現在のカンパニー目標は一般的なものとなっています。CSR教育などは全社の目標とし、カンパニーは特性に応じた独

自の目標を設定していく。さらに言えば、事業を通じた社会価値の創造、戦略的CSRの視点を加えて目標を設定するのが、川崎重工のCSRの方向性として期待されます。

みずかみ たけひこ  
(株)クリーン **水上 武彦 氏**



## ご意見をいただいて

### 攻めのCSR、グローバル企業としてのCSR活動に向けて

私どもはCSRというものを、グループミッションである「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」をより高い次元で実現するものと位置付け活動を進めています。本日のダイアログを通じて、私どもにより期待されるものは、高度な製品やサービスを通じて社会の発展に貢献していくとともに、ステークホルダーの皆様へ新たな価値を提供していくことだと改めて認識することができました。そのためには、常に活動を見直して、社会からの要請や期待に沿ったものになっているのかを検証していかなければなりません。

そして、ステークホルダーの皆様との相互コミュニケーションを高めることによって活動を深化させることが重要です。

本日、有識者の皆様からいただいたご意見をもとに、攻めのCSRに取り組むこと、守りのCSRについても、グローバル企業として海外拠点を含むグループ全体に広げたいと思います。

CSR推進本部 本部長・執行役員  
はしもと おしずみ  
**橋本 芳純**

