

## 川崎重工グループ「CSR報告書2012」についてのご意見を 磯辺剛彦 慶應義塾大学大学院教授に伺いました。



慶應義塾大学大学院教授  
いそべ たけひこ  
磯辺 剛彦

### 全体を通しての感想・評価

中期経営計画の最終年ということもありますが、報告書全体を通じてストーリー性やメッセージ性が強く打ち出されています。とくに「環境への取り組み」と「社会貢献」については、川崎重工グループが目指す環境経営の姿がとても明確に示されています。さらに、CSR課題項目の取り組みに対する自己評価について、これまでも社内的な取り組み項目への評価は高かったのですが、今回は株主や顧客など、社外との関係についての項目の評価も高くなっています。地道なCSRの取り組みが完成形に近づいているものと評価できます。

ただ、全社取り組み項目とカンパニー別取り組み項目の評価を比較することができません。全社と各カンパニーの評価項目の比較分析などが、今後の課題として残されているようです。

### B to Bブランドの取り組み

経営トップのメッセージの中で言及されていますが、2012年4月に設立されたマーケティング本部には大きな役割が期待されています。グローバル時代においては、たとえB to B企業であってもマーケティング能力が求められてい

ます。川崎重工グループが売っているのは製品でも技術でもなく、顧客の問題を解決するソリューションです。そこでは顧客ニーズを見つけ出し、その解決策を提案し、顧客満足を高めることが求められます。

### 川崎重工グループの技術力

川崎重工グループの各カンパニーの事業領域はまったく違っていますが、環境やエネルギーのソリューション技術を保有しているところは共通しています。しかも、その技術は世界の最先端のもので、さらに、それぞれの技術を単独ではなく有機的に組み合わせることによって高い価値を社会に提供できます。そのような技術の組み合わせによって、具体的にどのような価値を社会に提供できるかを示すことも必要です。その中でも、東日本大震災を教訓に生まれた分散型のエネルギーシステムのコンセプトはとてもユニークな価値を提供しています。

### 有識者ダイアログについて

初めて開催された有識者ダイアログの中で、たくさんの貴重な意見が出されています。各有識者に共通している意見は、CSRと事業を結びつける取り組みを求めていることです。この報告書に描かれている「環境ビジョン2020」は、川崎重工グループにとって環境経営そのものがコア・コンピタンスになること、そして「Global Kawasaki」のブランドの根幹であることを示しています。企業に対する社会からの環境経営の要請は、川崎重工グループにとって重大な事業機会であることを認識すべきだと思います。

### 第三者意見を受けて

磯辺先生には有識者ダイアログでも貴重なご意見をいただきましたが、CSR報告書への第三者意見ということで当社グループの活動に対し改めて一定の評価を頂戴し感謝しております。今後の課題についてはご指摘いただいたことを社内で共有し、幅広い関係者で話し合いながら前向きに推進していく所存です。

特に事業活動に関しましては、「お客様課題のソリューション」と「川崎重工グループが保有する知的資産の有機的な組み合わせ」という重要な部分について示唆をいただきました。私どもがどのような社会を目指し、どのような新しい価値を提供しようとしているのか、今後さらに積極的にお伝えしていきたいと思っております。

川崎重工業株式会社  
CSR推進本部 本部長・執行役員 橋本 芳純(写真左)  
CSR部 部長 福田 豊 (写真右)

