

怀着“建机人精神” 乐观向前。

作为跨国企业,日立建机在不断成长。有关日立建机成长背景中的姿态和思考,我们采访了木川理二郎社长。

代表执行董事 执行董事社长

木川 理二郎



支撑良好业绩的基础

——首先,您能不能介绍一下2007年开始的新中期经营计划“创2010-For The New Stage”的进展情况。

“创2010”的目标是“作为全球知名的大型企业赢得全世界客户的信赖”,以及“构建业界最高水准的赢利体制”。具体目标是到2010年实现1兆日元以上的销售额,经常利润达到1千亿日元。由于起步顺利,2008年度预计可以提前2年达成目标。

——这么快就调高了目标,其原因是什么。

我觉得原因主要有两个。一个是世界经济基本上在稳步发展,另一个得益于我们的“世界5极体制”。我们在日本、美洲、中国、亚洲·大洋洲、欧洲·非洲·中近东这“5极”都建立了销售网点,以平衡区间销售的差异。比如说,某个地区出现了不景气,可以通过有价证券

的作用以其他地区的销售业绩来弥补。特别是新兴市场中国、印度、俄罗斯、中东等地可以弥补美国市场的不景气,拉升整体业绩的成长。虽然近年来由于日元升值,钢铁等资源费用的上涨,整个市场环境发生了剧烈变化,但由于我们迅速采取了妥善行动,使得公司业务很好地适应了这种变化。

——在良好业绩的背景下,日立建机与供应商之间也保持着良好的交流吧。

在市场瞬息万变的环境下,我们希望能够与供应商实现信息与理念的双重共享。从很早以前开始,我们就在“VEC”方面下了不少功夫,VE既意味着“VE(Value Engineering) for Customers”,也意味着“VE for Company”。我们将向供应商转达我们未来3年的计划,并让供应商提出与此相对应的行动计划,在双方反复商讨的基础上,团结一致、共同前进。

倡导“排放中立(Emission Neutral)”、保护环境

——请介绍一下贵公司在环保方面的成果。

由于产量的增加以及新工厂的开设,CO₂的总排量很难降低。我们采用了引进以LNG、电力取代重油的节能型变压器的环保型电瓶叉车等,诸多努力的结果,将排放原单位降低到了京都协议标准年度1990年的73%,但总排量本身却并没能降低。为了解决这一问题,今后我们将着重倡导“排放中立(Emission Neutral)”这一理念,通过改善燃料消耗等措施,向客户提供能够减少CO₂排量的产品。今后,除了在工厂生产阶段,我们还将重视产品在整个生命周期内的节能问题。另外,我们还将致力于“Hi-OSS”(参考第16页)事业的开展,使废弃物能够当场回收利用,以实现贯穿于整个企业活动的CSR(企业社会责任)。

以“建机人精神”作为CSR活动的基础

——除了刚才提到的经济方面和环境方面,请问在社会方面贵公司是如何推进CSR活动的。

我们认为,将企业经营好本身就是在履行企业的社会责任。我们并不是为了讨好利益相关者而开展这些活动,而是将企业的社会责任视作保持企业可持续发展必不可少的手段。这样做的结果也必然符合利益相关者的要求。例如,2007年,我们将企业理念及行动指南落实到了每一个员工的行动上,以第一人称的手法总结出了自身行动的指南“建机人精神”。其中特别强调了“3C”理念,即挑战(Challenge)、客户(Customer)、交流(Communication)。这与日立的创业精神“和”、“诚”、“开拓者精神”相辅相成。“建机人精神”的实现必将有利于CSR的实现。此外,去年我们还开设了“霞浦综合研修所”,积极致力于人才的培养。我们将向包括海外研修生在内的日立员工讲授技术、技能、管理方面的知识以及日立的企业文化。

——从2007年开始,贵公司开展了社长亲自访问世界各地生产基地的“TOP CARAVAN”活动,请问该活动的成果如何。

大家的交流非常活跃。员工们加深了对管理层面上的一些认识,如自己公司在集团中的定位以及必须付诸的行动,提升了大家的集体意识。今年我们仍会开展这一活动,并打算将其制度化,以深入贯彻“建机人精神”,使其成为员工们的“圣经”。

——通过交流提升集体意识,这就是日立建机成长的关键所在吧。

加深交流,创造沟通良好的企业氛围非常重要。遵纪守法以及内部统管是实现良好沟通的前提,对于人才培养也非常重要。现在,我们同员工、供应商、股东、投资家以及传媒等各利益相关者建立起了良好的沟通渠道,对业绩产生了积极的影响,并获得了客户很高的评价。

作为企业,得不到客户的认可也就无法生存。今后我们还要进一步加深这方面的认识,以“建机人精神”为基础而不懈努力。最近,“次贷风波”等令人沮丧的话题比较多,但我们必须保持乐观精神,不断向前迈进。

