

TOP MESSAGE

いすゞの持続的な企業価値向上の取り組みをお伝えします。

いすゞは「地球の『運ぶ』を創造する」という使命のもと、社会や物流業界の課題解決に貢献し、世界を進化させるイノベーションリーダーへの変革を進めています。

「統合報告書2023」では会長CEOの片山より新経営理念体系や主要戦略など中長期の企業価値向上の取り組みを、2023年4月に社長COOに就任した南より組織改革など、短中期の取り組みをご説明します。

代表取締役
取締役社長COO
南 真介

代表取締役
取締役会長CEO
片山 正則

CEO MESSAGE

ISUZU IDのもと、
「カーボンニュートラル」と「物流DX」で
イノベーション創出を目指します。

2023年5月、いすゞは新たな経営理念体系である「ISUZU ID」を発表しました。これは予測不可能な時代において、お客様の抱える課題をステークホルダーの皆様とともに解決し、新たな価値を提供していくといういすゞの決意を表したものです。「『運ぶ』を支える」という「守り」の姿勢から「『運ぶ』を創造する」という「攻め」の姿勢に転じることで、「カーボンニュートラル」と「物流DX」の分野でイノベーション創出を実現し、この大変革時代においてもさらなる成長を目指していきます。

代表取締役
取締役会長CEO
片山 正則



CEO MESSAGE

≫ ツートップ体制の始動

2023年4月、取締役会長CEOに就任しました片山正則です。新たに社長となった南とともに、会長と社長のツートップ体制の一角としていすゞを引き続きけん引していきます。

ツートップ体制への移行の目的は、変革を推進するための経営体制を強化することです。私が社長に就任した2016年3月期に1.9兆円程度だった売上高は、2023年3月期に3兆円を突破。ピックアップトラックの中東・アフリカでの販売増加などグローバル展開が進んだほか、技術戦略の要であるアライアンスにおいても、各領域のトップ企業との関係を構築することができました。加えて、ESG視点の経営への転換を目指し、グローバルレベルでのガバナンス体制の構築や人事制度改革など、さらなる成長と挑戦を目指すための土台づくりに注力してきました。結果として、複数領域、多方面で今まで以上にトップマネジメントの関与が要求されており、その一つひとつに社長単独で対応しているのは、経営判断の遅れにつながるのではないかと危惧していました。会長と社長のツートップ体制とすることにより、解消できるのではないかと考えています。中長期戦略に関しては会長の私が、その実行施策や投資計画は社長の南が中心となって経営を進めていきます。

私は技術系の部署を中心にキャリアを積んできたことから、2015年の社長就任以来、技術・商品・品質の強化を中心に取り組んできました。中でも、従来のディーゼルエンジンを前提とした考え方から、BEV(バッテリーEV)・FCV(燃料電池車)といった多様な電動化の追求へと企業姿勢の転換を

成し遂げたこと、各領域でのアライアンス網を構築したことは、今後のいすゞの成長の礎になると自負しています。社長の南は、私とともに堅実かつ大胆にこれらの課題に取り組んできました。特筆すべきはボルボ・グループとの戦略的提携およびUDトラックのグループ参加を成功へ導いたことです。ある領域では競合であり、文字通りワールドクラスのプレーヤーであるボルボ・グループと対等な関係を構築できたのは、常に最前線で交渉にあたった南の貢献の賜物です。「技術屋」であり中長期視点で思考する私と、いかなる時も冷静な判断で営業・企画の分野で実績を残してきた南は最適の組み合わせだと考えています。

≫ 「新生いすゞ」としての出発

激変する外部環境といすゞのあるべき姿

いすゞは、日本を出発点にアジア・欧米・中東・アフリカの物流を、商用車の製造・販売を通じて支えてきました。常に根底にあったのは「『運ぶ』を支え、信頼されるパートナーとして豊かな暮らし創りに貢献します」という従来の企業理念であったことに疑いの余地はありません。各国・地域や用途により多種多様なお客様のニーズを的確に捉え、「お客様の稼働を止めない」ための製品・サービスづくりに注力してきました。2022年3月期、2023年3月期と2期連続で過去最高の売上高を更新できたことは、世界中のお客様から厚い

信頼をいただいている結果であると言えます。まさに、この信頼こそが、いすゞの圧倒的な強みだと考えています。

一方、外部環境に目を向けると、全く異なる景色が見えてきます。世界的な新型コロナウイルス感染症の流行と経済の混乱、民主主義を基盤とした戦後国際秩序の揺らぎや価値観の多様化など、私たちは予測不可能な時代を生きています。商用車においては、CASEやカーボンニュートラルへの対応、労働力不足や生産性向上といった物流の課題が叫ばれて久しくなりました。このような時代に、いすゞがさらに成長すると同時にお客様や社会への責任を果たすためには、「『運ぶ』を支える」という、いわば後方支援を前提とした「守り」の姿勢を堅持しているのは、限界があると考えています。新たな価値をご提供するためには、取り組み方法や考え方の変革だけでなく、過去のいすゞが積み上げてきた強みを自己否定する必要もあるでしょう。しかし、目指すべき方向や重視する価値観が不透明なままでは、社員や外部パートナーの皆様から理解や協力をいただくことはできません。いすゞのアイデンティティと目指す未来、すなわち進むべき指針を明らかにすることは、今後の成長を目指す上で不可欠です。昨年の統合報告書でお話したように、かつて航海の道標であった「北極星」を定めることにより「将来に向けて私たちが何を成し遂げるべき集団なのか」を明確にする必要があります。

2023年5月に公表した「ISUZU ID」は、いすゞの「北極星」そのものです。ISUZU IDでは、私たちが実現したい未来、重視している価値観を再定義しました。策定に向けた議論は

CEO MESSAGE

2020年に開始し、2022年から本格的に実施しました。経営会議メンバーでのワークショップ合宿や部長クラスのワークショップ、全社員に向けたアンケート調査など、いすゞ全体を巻き込んだ議論を通じて、私たちの指針や価値観を定めています。

ISUZU IDが目指す未来

「地球の『運ぶ』を創造する」。これがISUZU IDの頂点にして、いすゞの新しいパーパス(使命)です。私たちの存在意義であるパーパスからビジョン(将来像)、ミッション(任務)、コア・バリューまでを一体で表したISUZU IDは、従来の企業理念・行動指針に代わる新たな経営理念体系となります。お客様の「『運ぶ』の課題を解決する」という企業姿勢は不変ですが、冒頭で申し上げたように「『運ぶ』を支える」から「『運ぶ』を創造する」への転換が最大の変化です。

「運ぶ」の課題が複雑かつ多様化すると同時に、お客様や社会からいすゞへの課題解決に貢献する製品・サービスに対する期待は日に日に増しています。そのような期待にお応えするべく、これまでいすゞは事業基盤の拡大やアライアンスの構築により、イノベーション創出の土台を整えてきました。グローバルレベルで事業基盤が拡大し、商用車メーカーとしての社会的責任と影響力が高まる中で、現在はボルボ・グループやカミンズといったトップレベルのグローバル企業とも対等にアライアンス関係を構築しています。すなわち、かつては諦めざるを得なかった技術・製品開発領域でもアイデア

を実現する機会に恵まれるようになったということです。しかし、「守り」の姿勢のままでは、そのような機会をイノベーション創出につなげることはできないでしょう。そうした視点から、いすゞ自身が積極的にチャレンジする姿勢を広く社会に向けて宣言し、「攻め」の姿勢へと転じるべきであるという結論に至り、「地球の『運ぶ』を創造する」という新たなパーパスを打ち出したのです。

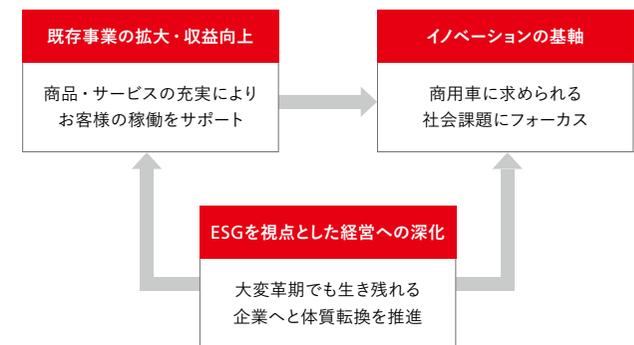
ビジョンとして「『安心×斬新』で世界を進化させるイノベーションリーダー」を掲げたのも、同様の理由からです。環境変化に対応し、イノベーションにより新たな付加価値を提供するためには、社内の常識や既成概念を打破しなくてはなりません。「安心」を追求し、提供し続けることはもちろん、新たな価値観・付加価値の創出という「斬新」を同時に高めます。そして、ミッションにおいては、4つの分野でNo. 1を目指すことを掲げており、お客様、社会、地球、そして社員という全てのステークホルダーに対して最善の価値提供を行うという決意を込めています。

▶▶ イノベーションを創出するために

2030年を目指したイノベーション創造プロセス

「イノベーション投資」として、2024年3月期からの8年間で総額1兆円を「カーボンニュートラル」と「物流DX」の領域に投資します。利益として結実するまでには数年を要するも

のであり、「イノベーション投資」が具体的な成果として表れるのは2030年ごろになると見込んでいます。したがって、今後は既存事業の強化による原資の確保と新領域への投資という両輪を回すことで短中期の収益確保と、長期での持続的成長基盤の強化を目指します。



カーボンニュートラルと物流DXでリードする

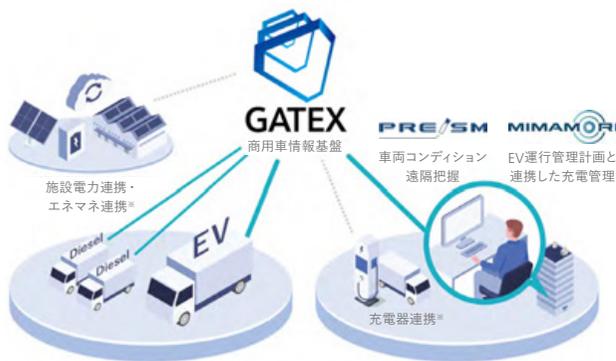
「カーボンニュートラル」の方針については、「いすゞ環境長期ビジョン2050」や「2030環境ロードマップ」でお示している通り、2030年までに事業活動でのGHG排出量を半減、2050年にライフサイクル全体で排出量ゼロを目指します。その具体的施策としてBEVだけでなく、FCVやカーボンニュートラル燃料の活用など、複数領域での技術開発を進め、2025年までに最適な技術の見極めを行います。その結果を踏まえ、2030年までに全カテゴリー(大型・中型・小型・LCV(ピックアップトラック)・バス)への電動車投入を目指し

CEO MESSAGE

まず、同時に、BEVの導入・運用支援トータルソリューションプログラム「EVision」や車載電池を活用したエネルギーマネジメントサービスの連携を図ることで、いすゞ独自の商用車+αの付加価値創出を目指します。EVやFCVといった複数領域での技術開発を効果的に進める手段として、前中計から構築を進めてきたアライアンス・協業体制を積極的に活用していきます。

「物流DX」の基盤となるコネクテッド領域においては、いすゞは他社に先駆けてサービスを展開してきました。その中で蓄積してきた走行記録や稼働状況などのデータは「物流DX」の領域でサービスを拡充する上で強みになると考えています。具体的には、2022年に提供を開始した商用車情報基盤「GATEX」の進化・拡充を目指すほか、レベル4相当の自動運転実用化や輸送効率化を図る新サービスの創出を目指します。

いすゞのEVコネクテッドサービス



※ エネルギーマネジメントシステムや施設電力、充電器等とのGATEXを介した連携を構築中。

17年ぶりのフルモデルチェンジ

「選べる自由、それが『運ぶ』の未来」。この新たなコンセプトとともに、いすゞの主力商品である小型トラック「エルフ」、中型トラック「フォワード」が17年ぶりにフルモデルチェンジを果たしました。初代の誕生から半世紀が経過し、このたび7代目となったエルフは、国内トップの累計販売台数を誇るほか、アジアをはじめとする海外でも広くご愛用いただいています。新型エルフは居住性や燃費性能、安全技術など品質・性能を強化しただけでなく、EVや普通免許対応車種など、お客様のあらゆるニーズに応えるラインナップをご用意しています。ラインナップ拡充とカーボンニュートラルへの対応、すなわち新型エルフは、既存事業の強化と新領域への投資という両輪の具現化に他なりません。

新型エルフに関連して問われるのが「いすゞはEVで遅れているのではないか」、「いすゞはBEVやFCVなど多様な動力源の車両を開発し、選択肢を絞り切れていないのではないか」ということ。これらの問いに対して私が強くお伝えしたいのは「現時点ではBEVだけが商用車のカーボンニュートラルの解ではない」ということです。それには主に2つの理由があります。

第一に、エネルギーや社会インフラなどの使用環境問題です。たとえBEVを導入しても、使用電力自体がカーボンニュートラルではない場合や充電設備などインフラが未発達の場合は、効果的な選択とは言えません。加えて商用車BEVは稼働に使用する電力量が多く、電力系統[※]の負荷を考



「ISUZU World Premiere 2023」開催当日の様子

慮し普及させる必要があります。カーボンニュートラル社会の実現には、トラック使用時のCO₂排出だけでなく、原材料調達～製造～使用～廃棄までのライフサイクル全体での最適解を考える必要があります。一度大気中に排出されたCO₂は非常に長い時間蓄積されます。使用環境が理想的なものになるまで待つのではなく、また、使用環境の実態や電力系統の負荷を無視してBEVを押し込むのでもなく、各国の社会事情と発展とともに歩むアプローチによって、どの国・地域も置きざりにすることなく今日より明日のCO₂排出量が確実に下がっていく、そのような多様な選択肢を提供していきたいと思っています。

第二に、多様な電動化技術の技術革新スピードです。残念ながら現時点の電動化技術は、商用車の用途においては内燃機関と同水準に到達したものではありません。例えば、BEVの場合、現時点の車載バッテリーは航続距離を延ばすほど巨大化、重量増加の一途をたどります。結果としてバッテリー

CEO MESSAGE

自体が架装スペースの縮小や荷物の積載量の減少、走行性能低下を招きます。したがって、長距離の運行という特性を持つ商用車でEVが普及するためには、一段の技術ブレイクスルーが必須になります。商用車においてEVがカーボンニュートラルの解となるためには複数の障壁を超える必要があります、他の動力源で技術ブレイクスルーが達成されるポテンシャルも十分にあります。だからこそ、いすゞはBEVのみならず多様な選択枝を持ち、それぞれの技術領域で最適なパートナーとアライアンスを組み最善の開発を力強く推進しています。

カーボンニュートラルに向け、BEVをはじめとする多様な選択枝を提供するとともに、商用車に必須の経済合理性とCO₂削減を両立させるためにコネクテッド技術等で最適な運用サポートを提供することで、実装普及を図ります。

世界全体でカーボンニュートラル車両の最適な運用環境が整うのは2050年頃になると見込んでいます。それまでの約30年間、商用車のリーディングカンパニーとして「お客様の稼働を止めない」ことが、いすゞにとっての最優先課題であり、各時代や社会情勢に応じて「一歩一歩着実に」カーボンニュートラルに資する車両をお届けしていきます。

※ 電力系統：「送電網・配電網」のこと。発電や送電、あるいは変電や配電のために使う電力設備がつながって構成する、電気を各地へ送るためのシステム全体のこと

より柔軟性と積極性のある集団へ

「障子を開けてみよ、外は広いぞ」。トヨタ自動車の前身である豊田自動織機製作所を創設した豊田佐吉氏は、海外進出をためらう部下をこう説得したそうです。私からもいすゞ

社員に対して同じ言葉をかけたい。現在、いすゞ全体が「守り」の姿勢から「攻め」の姿勢に転じ、より挑戦することに積極的な集合体へと変革できるよう、様々な施策を実施しています。その一環として「I Doキャンペーン」というISUZU IDの浸透・社内発信イベントを開始しました。これは、社員の中から旗振り役となるチェンジアンバサダーを選出し、「I Do!」を合言葉に自らの挑戦を宣言するもので、社内メディアを通じて発信しています。また、4月に実施した社員参加型イベント「ISUZU INNOVATION DAY」では、私や南をはじめマネジメント層から一般社員まで延べ600人がISUZU IDを自分ごととして捉え、自らの行動を変える第一歩をどのように踏み出すべきかを、議論し共有しました。

一方で、人事制度改革は私をはじめとする経営側に課せられた課題であると認識しています。改革途上ではありますが、志の高い社員を適切に評価し、より魅力ある組織づくりを目指します。

また、経営・役員体制の刷新に加え組織改編を進めています。その一つが従来の部署体系から切り離れた「カーボンニュートラル戦略部門」の設立です。カーボンニュートラル製品・技術開発に関する社内リソースを集約し、同時に外部パートナーやお客様との連携も一元化することで、意思決定や製品化のスピードアップを目指します。これは先ほど申し上げた「自己否定」に他なりません。独立部門としたのも、前例にとらわれない発想で開発を行ってほしいという狙いがあります。いすゞをけん引していく私の責務として、一流の「場」を提供できるよう引き続き制度設計の見直しを進めていきます。

➤ ステークホルダーの皆様に向けて

物流は「社会の血流」とも言うべき、私たちの生活や産業の根幹を支える領域です。さらに、日本の物流業界で使われる商用車の約半数を占め、アジアを中心とした世界各国でもいすゞの車は高いシェアを占めています。だからこそ、安全性・ドライバーの労働環境向上・コネクテッド、そしてカーボンニュートラルといった課題に対して、いすゞが背負っている責任は重大です。翻っていすゞ自身には、日本の自動車産業の夜明けから「運ぶ」を支え、この先も新時代を切り拓き、社会を前進させる決意と強さがあります。経営理念体系の刷新や「エルフ」、「フォワード」のフルモデルチェンジは「新生いすゞ」の第一歩です。激変する事業環境の中、将来にわたる生き残りを懸け、「『運ぶ』の創造」と変革に取り組んでいきます。

2023年9月

代表取締役 取締役会長CEO

片山正則

COO MESSAGE



代表取締役
取締役社長COO

南 真介

「計画性」と「創造性」で 激変する事業環境を 乗り越える

» 常に最前線で闘ってきたキャリア

2023年4月、いすゞ自動車株式会社の代表取締役 社長 COOを拝命しました南真介です。企業としての姿勢を大きく変えていこうとする節目に社長に就任できたことへの幸運、そして、高まり続ける社会からの期待へ応える責任。就任にあたり、この2つを強く感じています。

私は入社後の十数年、国内営業部門でキャリアの基礎を培った後、続く約10年は主に企画・財務部門に所属し、北米のエンジン工場駐在も経験しました。その後は2005年から2019年まで海外営業部門に所属し、途中2年間のタイ駐在を経験する過程で、世界中ほぼ全てのプロジェクトやビジネスに関与してきました。振り返ると、40年間におよぶキャリアは、変化に富み、穏やかさとは程遠いものであったと思います。

COO MESSAGE

そのような中で、私が大切にしてきたことは、常に「計画性」を意識しながらも、同時に「創造性」を磨くことでした。まず、商用車は需要や生産がある程度見込めるといった特性があることから、数年先を予測し、目標を立てるとともに、半年、1年単位の施策を着実に実行すること、つまり、「計画性」がビジネスの肝となります。そのため、多少想定外の事態が発生したとしても、右往左往せず、一度決めた計画を遂行することを是としてきました。一方、「創造性」とは、前例や既存の計画にとらわれずに新たな方法を模索するということであり、「計画性」とは相反するものであると言えます。これまでのキャリアを通じて、常に厳しい局面、言い換えれば「平常ではない」局面で最前線に立って闘ってきました。例えば、1990年代の乗用車事業からの撤退や、かつての提携先であるゼネラルモーターズ(GM)から南アフリカ・ケニア事業の引き受けと子会社設立。中でも鮮明に記憶に残っているものとして、2011年のピックアップトラック輸出機能のタイ移管が挙げられます。これは海外市場の主力商品の一つであるピックアップトラックの輸出機能を日本からタイへ全面移管するという前例のない試みでしたが、同時期に日本では東日本大震災が、タイでは大洪水が発生したことから、状況確認や移管計画の調整に大変苦労しました。このような状況で、一度決めた計画を守っているだけでは何も解決しません。自ら新しい手法を考え、生み出す「創造性」なくしては、厳しい局面を乗り越えることは至難でした。

これからも、ビジネスの本質が変わるわけではありませんので、「計画性」を意識することは極めて重要です。しかし、激変する事業環境の中で生き残りを懸けるいすゞにおいて、

「創造性」が果たす役割がますます重要となってくるでしょう。私が培ってきた「平常ではない」局面での経験は、不可欠な武器になると考えています。

》中長期戦略を確実に形にしていく

私自身に課せられたミッションは会長CEOの片山が描く長期戦略を具現化するとともに、ディーゼルエンジンからBEV・FCVといった多様な電動化への移行に適した新たなビジネスモデルを構築することです。

片山は社長時代、ディーゼルエンジンを大前提とした製品開発・思考回路の会社から、EVやFCVなど多様な選択肢を追求する方針への転換を成し遂げました。加えてボルボ・グループやカミンズ、CJPT(Commercial Japan Partnership Technologies)など各領域のリーディングカンパニーとアライアンスを構築したことから、2030年に向けた技術開発獲得のシナリオも固まりつつあります。これは「2030環境ロードマップ」や本書のカーボンニュートラル戦略でお示している通りです。しかし、獲得した技術も製品・サービスとして世に送り出さなくては意味がありません。中長期戦略のもと、製品開発に向けた投資計画を描き、確実に実行することが、片山とともにいすゞをけん引する私の責務であると認識しています。

電動化が進展すると、クルマづくりにおけるソフトウェアの重要度が増すと考えています。2023年5月に発表したイノベーション投資の枠組みのもと、コネクテッドサービスや物流DXなど、ハードとソフトの両側面で付加価値を提供できるビジネスモデル構築を進めていきます。

》「安心」という強みと「斬新」の追求

いすゞの強みとは何か。そう聞かれれば、私は「常に『安心』を追求した製品開発を進めてきたこと」と答えます。具体的には「お客様の稼働を止めない」、「お客様に安心して使っただけ」という考えのもと、各法規制に対応したエンジン性能や衝突回避技術など、安全性能、耐久性といった品質を常に高めてきました。2023年3月期に世界37か国で、何らかの領域においてトップシェアを獲得したことは、いすゞの提供する「安心」に対する信頼を世界中からいただいている証とすることができます。加えて、様々な車種で蓄積してきた技術と品質の中でも、いすゞの主力商品である小型トラックで培った技術やコネクテッドサービスは今後の成長に活かされる強みだと考えています。特に日本においては、積み荷の品質を維持しながら、トラック自体の稼働を止めないという、「運ぶ」を支える専門性ではトップクラスだと自負しています。日本で度々取り上げられる「運ぶ」の課題、例えば「ラストワンマイル」の非効率な稼働状況と人手不足は今や世界各国共通の課題です。いすゞが日本で培った技術やノウハウは東南アジアやアメリカなど他の国や地域でも高い付加価値を提供できていると考えています。このようなことを実現できているのは、社員の価値観が「『運ぶ』を支える」という一点に統一され、「安心」を第一の製品価値と捉えてきたからであり、それが企業としての姿勢を形づくってきました。言い換えれば、開発から製造、販売・アフターサービスに至るまで全ての社員が統一された価値観を持ち、それを判断基準にして行動してきたということです。

COO MESSAGE

しかし、統一された価値観に沿って「安心」のみを追求するだけでは今後の成長にも限界があります。これからも、いすゞが成長していくためには、引き続きお客様に対する「安心」は責任を持ってご提供していきながらも、CASEに代表される新しい領域を開拓していかなくてはなりません。

『『運ぶ』を支える』という価値観は、規制対応や稼働サポートという「守り」には適しています。しかし、いま私たちに求められているのは、新しい付加価値の探求やビジネスモデル転換といった「攻め」の部分であり、だからこそ、企業として「地球の『運ぶ』を創造する」へと姿勢を変えていく必要があるのです。先進技術領域や新しいサービスの追求による、新時代に適した「運ぶ」の提案こそが、いすゞの目指す「斬新さ」であり、アライアンスの活用などを通じて独自の価値創出を模索していきます。

▶▶ 過去最高益を達成するも、身を引き締める

2023年3月期は売上高3.2兆円、営業利益2,535億円と2022年3月期に引き続き過去最高を更新しました。グローバルレベルではアライアンス網の構築、ピックアップトラックの生産拠点を拡充など、国内ではアフターサービスやライフサイクルビジネスの強化など、前中期経営計画までに進めてきた施策が結実した結果だと考えています。また、アライアンスや他社との協業も具体的な成果として表れてきています。例えば2023年3月、ボルボ・グループとの提携の一環として、いすゞグループ傘下になったUDトラックとトラクタヘッドを共同開発し、市場投入しました。また、5月には、2027年導

入予定の大型トラックに搭載する燃料電池システムの開発および供給パートナーを本田技研工業に決定しました。いすゞ単独では不足する時間とリソースを、他社と共同で実施することで補い、スピード感を持った技術開発や製品投入ができると考えています。

また、新事業や新しい付加価値の創出に向けて、イノベーション投資の枠組みでカーボンニュートラルと物流DXを進めていきます。一方で、利益として結実する2030年までは、既存事業の強化によって安定的な利益創出と財務基盤強化を進めることで、その原資を捻出する必要があります。エルフのフルモデルチェンジや新型トラクタヘッドの投入を手始めに、既存事業の拡大・強化に注力していきます。

▶▶ より迅速で柔軟な意思決定を可能にするために

2023年4月に会長CEOと社長COOのソートップ体制への転換を実施すると同時に、各部門のトップであった部門統括・統括代行・統括補佐・執行担当をEVP(Executive Vice President)、SVP(Senior Vice President)、VP(Vice President)に変更しました。これは各部門への権限移譲と意思決定の高度化、スピード向上を目的としたものです。従来は各部門の管理や社長の意思決定を支えるための情報提供が各部門トップの主な役割でしたが、経営に関する情報の共有量と質を強化し、従来社長に集中していた権限を各部門トップが担う組織体制としました。この背景にあるのは、いすゞの規模拡大やアライアンス構築、CASEへの対応に伴い、今まで以上に多方面でマネジメント層による対処が要求される一

方、社長周辺のみで意思決定を行う組織体制では迅速な対応ができない、という危機感でした。各部門へ権限移譲を進めることで、お客様のニーズへのより細やかな対応や技術開発といった課題への迅速な対処を目指します。

▶▶ 最後に、ステークホルダーの皆様へ

ISUZU IDという新たな経営理念体系のもと、いすゞはイノベーション創出に向けた取り組みを加速させていきます。日頃社員に伝えているのは「小さな新しいことの積み重ねが大きなイノベーションを生み出す」ということ。全社員が小さなアイデアを生み出し、積み重ねていくことが大きなイノベーション創出の原動力になります。それを具体的な形にするのが、社長として私に課せられた使命であり、計画性と創造性によって、「安心」と「斬新」を追求し、地球の「運ぶ」を創造していきます。

2023年9月

代表取締役 取締役社長COO

南 真介