

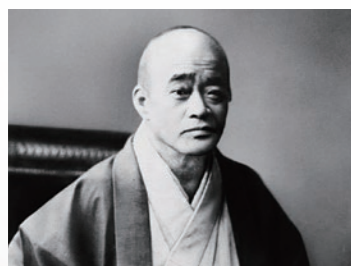


150

FURUKAWA 統合報告書 2025

古河機械金属株式会社 150年のあゆみ

1875年の創業以来、幾多の困難を乗り越え、新しい技術・製品の開発を進めるなど、変化を恐れず、常に挑戦し続けてきた古河機械金属グループの150年。先達から受け継いだ技術・精神をもとに、「社会の筋肉」として、これからも社会に必要とされる企業であり続けます。



創業者 古河市兵衛

1875年



1875(明治8)年
新潟県で草倉銅山の経営を開始(創業)



1877(明治10)年
栃木県で足尾銅山の経営を開始

1884(明治17)年
産銅量が日本一に
1894(明治27)年
石炭事業へ進出：下山田炭鉱(福岡県)を譲り受け

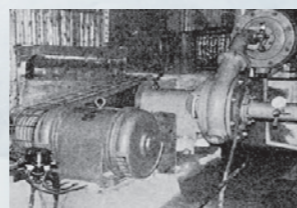
明治



1912(大正元)年
「安全専一®」を提唱し日本で初めて安全活動を推進



1914(大正3)年
日本初のさく岩機を製作



1914(大正3)年
排水ポンプの開発に着手

1918(大正7)年
古河鉱業株式会社を設立
1970(昭和45)年
石炭採掘事業から撤退



1973(昭和48)年
足尾銅山を閉山



1987(昭和62)年
株式会社ユニックを買収
1988(昭和63)年
足尾での銅精錬による銅製錬終了

大正 昭和

すべては、鉱山から始まった

△ 古河機械金属株式会社

1989(平成元)年
古河鉱業株式会社から古河機械金属株式会社へと社名変更



1990(平成2)年
アメリカのブレーカ製造販売会社を買収



2001(平成13)年
群馬環境リサイクルセンターを設立

2004(平成16)年
建設機械事業を譲渡



△ 古河機械金属グループ

2005(平成17)年
産業機械、ロッドドリル、ユニック、金属、電子、化成品の主要6事業部門を会社分割し、事業持株会社体制(古河機械金属グループ)に移行



2011(平成23)年
岩手県陸前高田市の高台移転工事
(東日本大震災の復興に貢献)

平成



2021(令和3)年
古河機械金属グループ本社機能を集約し、東京・大手町の「常盤橋タワー」に移転する

2025年

150

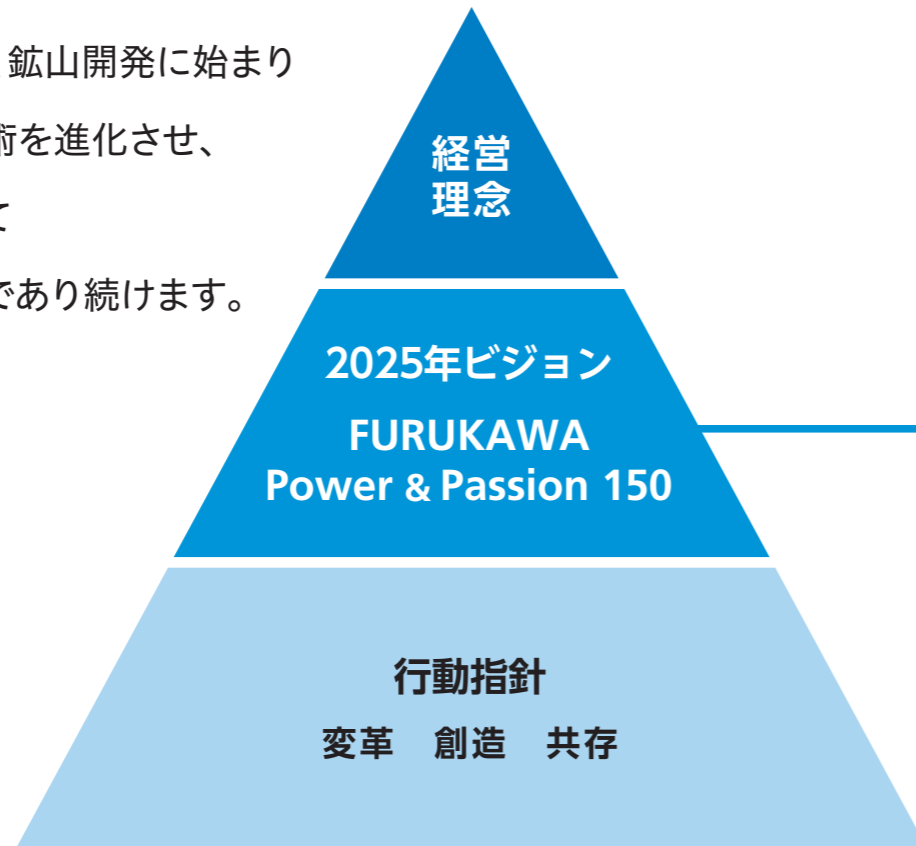
2025(令和7)年
創業150周年を迎える

令和

経営理念・行動指針・長期ビジョン

古河機械金属グループの経営理念

古河機械金属グループは、鉱山開発に始まり
社会基盤を支えてきた技術を進化させ、
常に挑戦する気概をもって
社会に必要とされる企業であり続けます。



行動指針

私たちは、経営理念を実現するために、「運・鈍・根」*の創業精神を心に刻み、「変革・創造・共存」を行動指針として実践します。

変革	未来に向けた意識改革により絶えざる自己革新を行う。
創造	市場のニーズに対応し、信頼され、魅力あるモノづくりを目指す。
共存	経営の透明性を高め、環境と調和した社会の発展に貢献する。

*「運・鈍・根」とは、人間にとって最も大切なのは運だとしても、何か重要なことをやり遂げるには愚鈍さと根気が必要だということを意味しています。

2025年ビジョン

「FURUKAWA Power & Passion 150」

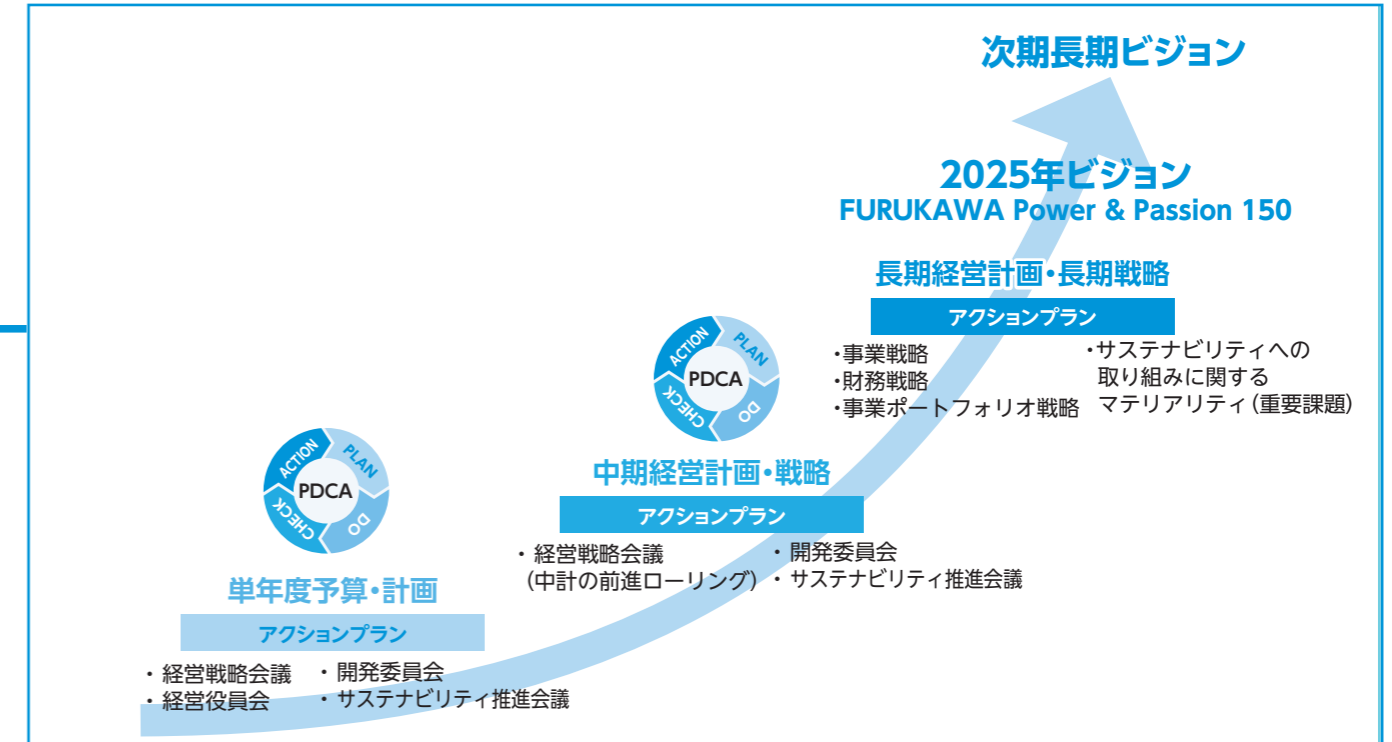
「カテゴリトップ・オンリーワンを基軸として成長する企業グループの実現」
— 創業150周年を迎える2025年度に向けて、連結営業利益150億円超の常態化を目指します —
2015年8月8日制定



Power&Passionは「力強さ・スピード」と「熟慮・情熱」という仕事に取り組む姿勢・想いを、赤の真円はお客さまとの輪・絆を結び、150はビジョン達成年度である150周年をそれぞれ表現したものです。

2025年ビジョンの位置づけと道筋

経営理念を具現化するのが長期ビジョンです。長期ビジョンを実現するための道筋として、古河機械金属グループでは短期・中期・長期計画をもってアクションプランを実行しています。2025年度は2025年ビジョンの最終年度となるため、次期長期ビジョンについては、2025年11月に発表する予定です。



「2025年ビジョン」達成のための方針

- 1 CSV^{※1}の視点を織り込んだ「マーケティング経営」^{※2}による古河ブランドの価値向上**
マーケティングを経営の根幹に据え、激変する市場の中で価値を認められる製品やサービスを提供し、顧客が抱えている課題を解決することにより「企業価値の向上と持続的な成長」を成し遂げるとともに、SDGs(持続可能な開発目標)をはじめ、我が国における国土強靱化、生産年齢人口の減少など、様々な「社会課題」を解決し「持続可能な社会の実現」に貢献していく。
● 顧客ニーズを捉えた技術営業力(提案型・ソリューション型)の強化
● 市場ニーズに合致した製品・技術・サービスの開発
● 強みを活かせるニッチ製品への集中と差別化戦略によるカテゴリトップ化の推進
● 新たな市場・カテゴリーの開拓・創造と新たなビジネスモデルの構築
● 社会基盤を支えてきた製品・技術・サービスを進化させ、「社会課題」の解決に貢献

- 2 機械事業の持続的拡大**
 - インフラ関連・資源開発等を中心に拡大する海外市場における収益基盤の強化
 - ストックビジネスの拡充・強化
 - グループ総合力の発揮、エンジニアリング力の強化によるビジネスチャンスの拡大
- 3 人材基盤の拡充・強化**
 - 新しい古河の活力あふれる人づくり・風土づくり
 - 国内外の多様な人材の確保・活用・育成
 - 営業・サービス人材の重点強化
- 4 企業価値向上に資する投資等の積極的推進**
 - 成長に必要な設備投資の積極的実施
 - 戦略的なM&A、アライアンスによる事業拡大
- 5 経営基盤の整備**
 - 二桁台のROEを意識した収益性・資本効率の改善による企業価値の向上
 - 堅固な財務基盤の確立
 - 成長投資と株主還元へのバランスのとれた配分
 - 当社グループのCSR/ESG課題に配慮した事業運営の実践による企業価値の向上

※1 CSV(Creating Shared Value: 共通価値/共有価値の創造): 企業が社会問題や環境問題などに関わる社会課題に取り組み、社会価値と企業価値を両立させようとする経営フレームワーク。
※2 マーケティング経営: 「マーケティング経営」とは、マーケティングを経営の根幹に据え、激変する市場の中で価値を認められる製品やサービスを提供するとともに、顧客が抱えている課題や問題を見つけ出し解決することにより、顧客との絆を深めながら、持続的に成長し企業価値を高めていくことです。