

経営方針

(1) 会社経営の基本方針

当社は、創業以来、「人々の暮らしの向上と世界文化の進展に寄与する」という企業としての社会的使命をすべての活動の指針として、事業を進めてまいりました。当社は、社会の公器として、すべてのステークホルダーとの関係を重視した経営を行っております。

(2) 会社の利益配分に関する基本方針

当社は、創業以来一貫して、株主に対する利益還元を最も重要な政策のひとつと考えて経営にあたってまいりました。配当については、2004年度より中期成長戦略の実行と併せ、業績に応じたより積極的な株主還元を実施しています。

具体的には、連結キャッシュフローをベースに、「配当」と「自己株式取得」による総合的な株主還元を実施しています。

配当：株主からの投下資本に対するリターンとの見地から、連結業績に応じた利益配分を基本とします。中期成長戦略の実現や投資水準、財務状況を総合的に勘案した安定的かつ継続的な株主還元の増加をめざします。

自己株式取得：余剰キャッシュフローを用いた自己株式取得により、発行済株式総数を実質的に削減し、1株当たり株主価値の向上を通じた株主還元を行います。

上記の株主還元方針に基づき、2005年度の間配当金を1株当たり10円とし、期末配当金につきましても10円を実施する予定です。この結果、年間配当金は1株当たり20円となる予定です。

2006年度（2007年3月期）の年間配当と自己株式取得の詳細につきましては、それぞれ本日付のリリース「平成19年3月期（第100期）の年間配当の増額方針に関するお知らせ」および「自己株式の買受けに関するお知らせ」をご参照下さい。

(3) 投資単位の引下げに関する考え方および方針等

当社は、これまで投資単位の引下げについて継続して検討してまいりましたが、当社にとってこれは現時点では時期尚早と考えております。当社は、個人金融資産の資本市場への参加増大は非常に重要であると認識しており、ホームページや営業報告書の内容の充実を図り、株主総会の運営方法に工夫を凝らすなど、株式の発行体という立場から、個人株主を意識した施策を適宜検討・実施してまいりました。投資単位の引下げは、個人株主の裾野を広げる意味で有効な施策のひとつであると理解しており、今後とも、その実効性や効果について鋭意検討してまいります。

(4) 会社の経営戦略と対処すべき課題

当社は、最先端の技術で「ユビキタスネットワーク社会の実現」と「地球環境との共存」に貢献するという事業ビジョンを掲げ、2010年にグローバルエクセレンスへと飛躍することをめざしています。2006年度は、原油・原材料価格の高騰など先行き不透明な要因が多く、エレクトロニクス業界においても、熾烈な競争が続くことが予想されますが、「躍進21計画」の総仕上げの年であり、計画必達に向け、成長戦略の加速と経営体質のさらなる強化を図ってまいります。

< 2005年度の主な取り組み >

2005年度は、「躍進21計画」の中間年度として、計画達成の道筋をつけ、「成長軌道の確保」を成し遂げるべく、成長戦略の推進と事業分野別の経営体質強化に取り組み、以下の成果をあげることができました。

- 占有率No.1を獲得し経営に大きく貢献する「V商品」では、特に、他社と大いに差別化された強い商品づくりに取り組み、プラズマテレビやデジタルカメラなどの最先端のデジタル家電だけでなく、白物家電でも世界初のトップユニット方式の冷蔵庫「コンパクトBIG」や、ヒートポンプ乾燥方式のななめドラム洗濯乾燥機、お掃除ロボットエアコンなど、他社に先駆けた画期的な商品が売上を伸ばしました。
- デジタル家電を中心に、世界同時発売・垂直立ち上げをグローバルに推進し、柱となる事業の拡大に成果をあげました。こうした取り組みの最も代表的な事例であるプラズマテレビ事業は、日米欧での同時発売による高シェアの獲得に成功したほか、世界最大となる103v型高精細フルHDプラズマディスプレイを発表して大きな反響を呼ぶなど、常に最先端の商品で市場をリードする事業に育ってきました。
- 投資につきましては、昨年9月にはプラズマディスプレイパネル(PDP)の「尼崎工場」、10月には中国で「松下杭州工業団地」を立ち上げるとともに、最先端システムLSIの「魚津工場」への設備投資など、戦略投資を積極的に行いました。
- 松下電工(株)との協業では、システムバスやシステムキッチン、空気清浄機などの「コラボV商品」の開発や、エアコンの松下電工ルートでの販売強化など、コラボレーション効果による増販を実現しました。
- 経営体質の強化の面では、材料コストの合理化や、コストバスターズ活動によるコスト削減は着実にグループ全体に浸透しており、厳しい経営環境下での収益確保に貢献しています。また、事業分野別会社では、成長戦略に基づく選択と集中や拠点再編などの構造改革を継続的に行いました。

< 2006年度の主な取り組み >

1. 「V商品」

2006年度も、引き続き「ブラックボックス技術」「ユニバーサルデザイン」「環境への配慮」を重視した「V商品」が成長戦略の核であり、合計82品目で約1兆8,000億円の売上をめざします。当年度は、「V商品」の機能や特長を徹底して訴求するべく、宣伝告知の面での取り組みを強化します。さらに、世界同時発売・垂直立ち上げについても、対象商品、対象地域の両面から拡大強化を図ります。

2. 投資戦略

デジタル商品の基幹デバイスである最先端システムLSIなどの半導体や、グローバルに需要拡大が見込まれるプラズマテレビなど、引き続き、戦略分野に集中して投資を行います。PDPについては、2007年度の稼働をめざして、尼崎工場の敷地内に世界最大級となる国内第4工場を建設します。これにより、2008年度には年産1,150万台体制を実現し、グローバル需要の急速な拡大に対応します。

3. 海外戦略

海外事業は、全社の「成長エンジン」との位置づけで強化を進めます。地域や国ごとに重点的

に取り組むべき商品や販売ルートを決め、経営資源を集中投下します。また、欧米だけでなく世界の成長市場である中国・ロシアを中心に、営業体制の強化を図り、増販に努めてまいります。

4．経営体制の強化

2005年度に「N e x tセル生産革新プロジェクト」を立ち上げ、俊敏な生産体制構築に取り組んでいますが、2006年度はITを駆使した取り組みをさらに積極的に進め、大幅な工場在庫削減を推進します。また、「全社コストバスターズプロジェクト」により、事業のあらゆる面でムダを徹底的に排除し、収益力の向上を図ります。

5．松下電工(株)との協業

松下電工(株)との協業は、3年目に入り、デバイスやブラックボックス技術の融合、相互の販売ルートの徹底活用、海外事業での取り組み強化など、協業をさらに深め、大きな成果の創出につながります。

(5)親会社等に関する事項

当社には、親会社等はありません。