

経営方針

(1) 会社経営の基本方針

当社は創業以来、「事業活動を通じて、世界中の人々の暮らしの向上と、社会の発展に貢献する」という経営理念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。今後さらに世界の優良企業への成長をめざして、株主や投資家、お客様、取引先、従業員をはじめとするすべての関係者の皆様にご満足いただけるよう、持続的な企業価値の向上に努めてまいります。

(2) 会社の経営戦略と対処すべき課題

2007年度は、原油・原材料価格の高騰リスクが続くなか、米国を中心とした世界経済の先行きには不透明感があります。エレクトロニクス業界は、先進国市場で大きな伸びが期待できないなか、BRICsをはじめとする新興国市場、いわゆる「エマージングマーケット」の急拡大が続く見通しです。

当社は、近年、抜本的な経営改革に取り組んでまいりましたが、2007年度からは本格的な成長戦略を推進する段階へと移行してまいります。「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2つの事業ビジョンに沿って、たゆまぬイノベーションで成長を持続し、世界規模で健全な事業活動を展開することにより、世界中のすべてのステークホルダーに支持される企業になることを目標としてまいります。

その目標実現に向け、2009年度までの中期経営計画「GP3計画」を策定いたしました。「GP3計画」では、「収益を伴った着実な成長」を基本的な考え方とし、成長性については売上高10兆円、資本収益性についてはROE10%と、2つの指標で目標を設定し、具体的な取り組みを推進してまいります。

中期成長戦略の重点テーマは、「海外二桁増販」、「4つの戦略事業」、「継続的な選択と集中」の3点です。「海外二桁増販」では、地域特性に応じたマーケティングの強化などにより、海外で市販商品の二桁増販をめざします。「4つの戦略事業」では、デジタルAV、カーエレクトロニクス、生活快適実現、半導体・デバイスの4つを戦略事業とし、それぞれ着実な成長をめざしながら、相互に連携することにより相乗効果を拡大してまいります。「継続的な選択と集中」では、事業特性やその成長性に応じて選択と集中を行い、経営資源を集中することにより「勝てる事業」を育ててまいります。特に、成長事業や重点テーマの研究開発には、積極的な戦略投資を継続してまいります。

また、「モノづくり立社」の実現に向けた全社革新活動に取り組めます。「モノづくり立社」とは、社内のあらゆる活動をすべて商品へと結実させ、お客様価値の創造に貢献するという考え方です。商品を基軸に全体最適の取り組みを追求し、モノづくりプロセスをさらに活性化、効率化するため、全社で経営の質的な変革を進めてまいります。

2007年度は、「GP3計画」の初年度であり、成長を加速させるための取り組みを強化してまいります。成長戦略の核となる「V商品」は、合計73品目で約2兆円の売上をめざします。海外事業は、欧米に加え新興国市場での販売拡大をめざし、新たに「ロシア本部」「インド総括部」「ブラジル総括部」を設置するとともに、経営資源を投入して富裕層に最先端商品を訴求する戦略を徹底して展開してまいります。また、「モノづくりイノベーション本部」を設置し、社内の最も進んだ取り組みを横展開して高位平準化を追求するとともに、事業領域や地域を超えた

連携を推進し、設計や品質、調達、物流、海外販売などの面でコスト力を含む競争力強化を図ってまいります。

株主重視経営の観点から、株主還元についても引き続き積極的に取り組み、成長戦略の成果を配当と自己株式取得によって総合的に還元してまいります。また、「モノづくり立社」の基礎である「安全・品質はすべてに優先する」という考え方を設計段階から徹底することはもちろん、経年劣化や使用環境の分析などの取り組みも継続して強化し、万全を期してまいります。