

あなた/スタルジーに浸っていませんか？

ひろよしくんのみみ
2008年2月号 No.222
<http://www.myts.co.jp>

～企業のブランド価値を高める方法はこれだ！！～

サブプライムローン問題で経済の減速が続くアメリカ。その影響を受けて日本も円高、株安で少し景気がおかしくなってきました。オイルマネー、中国マネーの資本注入で、早く立ち直って欲しいものです。



1月11日松下電器産業の2008年度経営方針説明会で、1918年以来使ってきた、**創業者である松下幸之助が命名した松下電器産業の社名**を10月1日付で「**パナソニック**」に変更すると大坪社長が発表。

売上高、従業員数では3社中トップですが、連結営業利益ではサムスンに抜かれ、売上高に占める海外比率では、50パーセントを切り、時価総額では、ソニーにも抜かれて3位に甘んじています。

松下電器産業、ソニー、サムスンとの経営比較

	松下電器産業	ソニー	サムスン
連結売上高 (海外比率)	9兆1081億円 (49%)	8兆2956億円 (74%)	7兆767億円 (82%)
従業員数	約32万8000人	約16万3000人	約13万8000人
連結営業利益	4595億円	717億円	8320億円
時価総額 (1月10日時点)	約5兆3000億円	約6兆1500億円	約8兆8700億円

長期低迷していた松下電器産業は、中村社長時代に「破壊と創造」を打ち出し、過去の松下幸之助氏のしがらみから脱皮。大坪社長はその路線を受けて「再生から成長」のステージを昇華すべく、創業90周年を機に社名まで変えて、グローバル戦略化を目指しています。これって本当に大変な決断だったと思います

松下電器産業の2008年経営方針の骨子

経営目標	項目	内容
経営目標	売上高	前年比5%以上拡大
	ROE	8%以上
	CO ₂ 排出量	10万トン以上削減
海外	BRICsとベトナムの合計売上高	25%増やし5000億円以上に
戦略事業	薄型テレビ	液晶パネル新工場建設(3000億円投資)09年稼働
	白物家電	欧州市場に本格参入。冷蔵庫と洗濯機を販売
	カーエレクトロニクス	売上高1兆円を達成。目標を1年前倒し
	生活快適実現事業	松下電工とキッチンや防犯製品を共同開発
	半導体	富山県砺波市で半導体新工場建設

国内ブランド名:白物家電にはナショナル、AV機器などにパナソニック。
海外ブランド名:全てパナソニック。
But 社名は松下電器産業。3つの名前が混在 = 消費者には分りにくい

ブランド価値の低下

海外戦略の遅れ

日本は既に成熟した市場
= それほど、拡大は望めない

海外での成長が必要

更に

あなた、スタルジーに浸っていませんか？